



Научная статья  
DOI [10.19181/nko.2024.30.3.8](https://doi.org/10.19181/nko.2024.30.3.8)  
EDN [NIXMKV](https://edn.nplg.ru/10.19181/nko.2024.30.3.8)  
УДК 323.2



**А. В. Анищенко<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Федеральный научно-исследовательский социологический центр РАН. Москва, Россия

## ОСОБЕННОСТИ ПОЛИТИЧЕСКОГО УЧАСТИЯ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЁЖИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

**Аннотация.** Статья посвящена выявлению специфики влияния «цифрового» фактора на динамику и трансформацию политической активности современной российской молодёжи. Автор уделяет особое внимание влиянию социальных сетей и цифровых медиа на политическое участие молодого поколения. Сегодня не только усиливается тенденция к появлению многообразных стратегий политической онлайн-деятельности российской молодёжи, но происходят существенные изменения в различных ролевых моделях политического участия, дифференцирующих пассивно вовлечённых «зрителей» и деятельных активистов. Те молодые россияне, которые активно пользуются онлайн-ресурсами в своей общественно-политической деятельности, уже довольно эффективно используют цифровые технологии и способы привлечения новой аудитории, социальной мобилизации, поиска сторонников, координации совместных действий и т.д. Отмечается, что ключевой тенденцией последних лет становится «цифровизация политического участия» молодёжи и распространение феномена политического онлайн-участия. Автор приходит к выводу, что, несмотря на устойчивый рост численности молодых пользователей социальных сетей и потребителей цифровых медиа, возрастание роли этих онлайн-ресурсов как политических факторов, всё же не стоит преувеличивать их значение в процессе политической мобилизации. Трансформация социально-политического контекста и снижение общего уровня протестных настроений в обществе, «успокоение» стихийной мобилизации в «офлайне» непременно приводит и к снижению мобилизационного значения социальных сетей, и к сокращению численности протестно настроенной молодёжи.

**Ключевые слова:** российская молодёжь, политическое участие, цифровизация, социальные сети, цифровые медиа

**Для цитирования:** Анищенко А. В. Особенности политического участия российской молодёжи в условиях цифровизации // Наука. Культура. Общество. 2024. Т. 30, № 3. С. 130–141. DOI [10.19181/nko.2024.30.3.8](https://doi.org/10.19181/nko.2024.30.3.8). EDN [NIXMKV](https://edn.nplg.ru/10.19181/nko.2024.30.3.8).

**Введение.** Современные цифровые технологии оказывают существенное влияние на расширение спектра практик политического участия по нескольким направлениям. Во-первых, происходит трансформация традиционных форм и моделей политического участия под влиянием цифровых информационно-коммуникационных технологий. В частности, социальные сети и мессенджеры используются как инструменты для организации, мобилизации, реализации тех или иных форм политического участия и гражданско-политического активизма.

Во-вторых, под влиянием развития цифровых информационно-коммуникационных технологий появляются совершенно новые формы и модели гражданско-политического участия [1].

Согласно исследованию ВЦИОМ 2024 года, 8 из 10 россиян (81%) являются активными пользователями цифровых услуг, а наиболее активные из них —

представители молодого поколения<sup>1</sup>. Так, общая доля пользователей интернета среди поколения миллениалов<sup>2</sup> и зумеров<sup>3</sup> составляет от 92 до 96%. Таким образом, цифровые технологии сегодня являются неотъемлемым элементом повседневного образа жизни и коммуникации современной российской молодёжи. Открытым остаётся вопрос о специфике влияния «цифрового» фактора на политическую активность молодого поколения.

**Российская молодёжь и политика.** Как отмечают современные отечественные исследователи, молодёжь в России проявляет больший интерес к участию в политической жизни, в отличие от старшего поколения [2; 3]. При этом электоральный выбор граждан старшего возраста, конечно, остаётся существенным фактором внутренней российской политики. Большая часть молодых россиян начинают знакомство с политикой, когда их возраст составляет 15–18 лет. В последние годы наблюдается тенденция к «омоложению» этой стадии политической социализации и участия — среди участников политических акций в России встречаются подростки в возрасте 12–14 лет. Систематическое знакомство с политическим устройством и функционированием политической системы происходит у подростков в старших классах школы, в частности, на уроках обществознания; своего рода «пик» политического образования у молодых россиян в постсоветский период чаще всего приходится на первые президентские выборы по достижению ими 18-летнего возраста. Это связано с тем, что в России именно выборы главы государства являются наиболее популярным политическим событием как с точки зрения электорального участия (явки), так и общественного интереса. Так, исследователи и госслужащие отмечают, что президентские выборы 2024 года отличались высокой явкой молодёжной части российского электората<sup>4</sup>.

Недавние исследования общественного мнения показывают, что политическая и правовая социализация российской молодёжи находится на достаточно высоком уровне. Так, по данным ВЦИОМ, трое из четырёх молодых людей в России хорошо знают историю своей страны (76%), а формальные законы и правила для российской молодёжи имеют большее значение, чем неформальные: большинство 14–35-летних граждан признают необходимость соблюдать требования Уголовного Кодекса и Конституции РФ, даже если они кажутся не совсем справедливыми или устаревшими, — 78% и 74% соответственно<sup>5</sup>.

Подростки и молодые люди в возрасте от 15 до 20 лет практически не знакомы с политическими реалиями, они лишь в общих чертах различают политико-

<sup>1</sup> Наша цифровая повседневность // ВЦИОМ. 14.05.2024. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/nasha-cifrovaja-povsednevnost> (дата обращения: 24.05.2024).

<sup>2</sup> Миллениалами, или Поколением Y, обозначают поколение людей, родившихся в период с начала 1980-х до конца 1990-х годов. См.: Oxford Learner Dictionary. URL: [https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/millennial\\_2](https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/millennial_2) (дата обращения: 24.05.2024).

<sup>3</sup> Зумерами, или Поколением Z, обозначают поколение людей, родившихся в период с конца 1990-х до начала 2010-х годов. Одной из отличительных черт этого поколения является активное использование интернета и цифровых технологий. См.: Oxford Learner Dictionary. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/generation-z> (дата обращения: 24.05.2024)

<sup>4</sup> Более 1,3 млн молодых россиян впервые проголосовали на президентских выборах // ТАСС. 19.03.2024. URL: <https://tass.ru/politika/20281529>; Выборы Президента – 2024: мотивация избирателей // ВЦИОМ. 18.03.2024. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/vybory-prezidenta-rossii-2024-motivacija-izbiratelei> (дата обращения: 24.05.2024).

<sup>5</sup> Ценности молодёжи // ВЦИОМ. 14.12.2022. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/cennosti-molodezhi> (дата обращения: 24.05.2024).

идеологические направления, специфику государственного устройства, политический расклад сил, программы партий, особенности функционирования политической системы. Всё это свидетельствует о том, что способ и условия вовлечения молодёжи в политический процесс в дальнейшем определяют его взгляды, особенности политического сознания и поведения. По мнению О. В. Поповой, сегодня порядка 17% представителей российского молодого поколения ничего не могут сказать о своём желании и готовности участвовать в политике [4]. 59% молодых респондентов заявляют о готовности обращаться в различные государственные учреждения. Среди других популярных видов политической активности, на которые готовы решиться молодые люди, — обращения в общественные и некоммерческие организации (это готовы совершить 30,4% опрошенных), голосование на избирательном участке (23,5% респондентов), участие в законных протестных мероприятиях, забастовках, провластных митингах, массовых демонстрациях (23,4%), готовность обсуждать и распространять в социальных сетях информацию политического характера (22,5%). Наконец, существенно меньшее число молодых респондентов потенциально готовы принимать личное участие в деятельности НКО (15%), несанкционированных протестных акциях (12,3%), деятельности партийных политических организаций (11,2%), финансовой поддержке партий и/или политических кандидатов (5,7%) [4].

Порядка трети представителей российской молодёжи — 29,2% — вообще не участвуют в политической жизни [4, с. 194–195]. Наиболее распространённой формой политического участия у российского молодого поколения является электоральное участие: на выборы ходит 35,9% опрошенных. В государственные органы обращались 20,2% молодёжи; почти каждый шестой представитель молодого поколения (15,7%) распространяет/комментирует политическую информацию или обсуждает темы социально-политического характера в социальных сетях и других новых медиа. 7–10% опрошенной молодёжи имеют опыт участия в легальных массовых политических акциях: забастовках, демонстрациях, политических митингах. Более 8% молодых людей принимали участие в деятельности общественных организаций, а 7,1% имели опыт обращения в такие организации. 5% российской молодёжи в той или иной форме работали на политические партии или принимали участие в их мероприятиях, а 4,4% — были участниками несанкционированных протестных митингов и иных акций. Менее 2% молодых россиян оказывали финансовую поддержку политическим деятелям и их проектам.

Стоит отметить, что низкий уровень политического участия молодёжи характерен не только для современной России, но и для многих зарубежных стран. В частности, последние десятилетия в Великобритании, Франции и Германии наблюдается нестабильная динамика электорального участия молодых граждан. Так, в Великобритании с конца 1990-х годов фиксируется самый низкий уровень электорального участия молодёжи среди развитых европейских стран (на 20% ниже, чем во Франции, и на 30% ниже по сравнению с Германией) [5]. На французских выборах разного уровня с конца 1970-х годов наблюдается высокая доля абсентеистов среди молодёжи, а, к примеру, на выборах президента Франции 2017 года в голосовании приняли участие лишь трое из десяти зарегистрированных в качестве избирателей молодых граждан [6]. Пожалуй, наиболее высокий показатель электорального участия молодёжи среди развитых государств сегодня наблюдается в Германии: в 2000–2010-е годы в выборах стабильно принимали участие от 60 до 70% избирателей в возрасте от 18 до 29 лет [7].

**Интернет и политическая активность молодежи.** О. В. Попова приходит к любопытным выводам о взаимосвязи источников политической информации и форм политической активности молодого поколения россиян. Так, к примеру, молодые люди, которые выбирают телевидение в качестве основного источника информации политического характера, ограничивают свою политическую деятельность электоральным участием. Те же, кто не ограничивается федеральными ТВ-каналами, но регулярно смотрит также местное или региональное телевидение, помимо участия в выборах, склонны обращаться в органы государственной власти и различные общественные организации, либо же — является их сотрудником.

Более широким представляется спектр политических практик российской молодёжи, использующей в качестве источников политической информации другие источники. Так, например, взаимодействие в мессенджерах и на площадках социальных сетей коррелирует с опытом участия молодых людей в деятельности общественных организаций; те, кто отдаёт предпочтение радио, отмечают свой опыт электорального участия, а также работы в политических партиях [8, с. 274–307].

Молодые респонденты, которые получают политическую информацию из онлайн-медиа и социальных сетей, отмечают, что имеют опыт участия в деятельности политических партий и легальных массовых мероприятиях политического характера (митинги, демонстрации и т.д.). В органы государственной власти обращаются молодые россияне, которые потребляют информацию благодаря федеральной печатной прессе; они же отмечают, что ходят на избирательные участки, принимают участие в работе партий и общественных организаций, выходят на санкционированные политические акции. Представители молодёжи, регулярно читающей местную и региональную прессу социально-политической направленности, склонны к совершению таких же политических действий, как и предыдущая группа, за исключением участия в массовых политических мероприятиях. Наконец, любопытно то, что молодые люди, которые читают газеты политических партий и иную агитационную продукцию политического характера, не ходят на выборы, не склонны иметь дело с государственными органами, а также не поднимают политические темы во время коммуникации в социальных сетях [8, с. 274–307].

Среди новых медиа существенной платформой и фактором политической мобилизации молодых россиян являются, в первую очередь, разнообразные социальные сети. Если систематизировать практику использования социальных сетей молодёжью в политических целях, можно выделить следующие этапы в эволюции влияния соцсетей на политическое участие молодых россиян:

- В 2009 году в российском политическом процессе была представлена, главным образом, социальная сеть «ВКонтакте» — доступ к ней имел практически каждый представитель молодого поколения, а сама социальная сеть активно использовалась политическими активистами, представителями некоммерческих организаций, политических сообществ и групп.
- Активизация политического использования новых медиа для мобилизации граждан, особенно молодого возраста, произошла в 2011 году: на первый план выдвинулась социальная сеть Facebook\*, с помощью которой происходила мобилизация и рекрутинг участников протестных акций в Москве на Чистых прудах, Болотной площади и проспекте Сахарова.

\* Холдинг Meta, куда входит Facebook, 21 марта 2022 года признан экстремистской организацией, чья деятельность запрещена на территории РФ.

- Весной 2012 года во время массовых протестных акций и многотысячных митингов для организации и координации коллективных действий участники протеста использовали Twitter. Данная социальная сеть использовалась и для координирования совместной деятельности после разгона митинга на Болотной площади, и для последующего мониторинга ситуации со стороны правозащитных организаций.

В то же время следует отметить и определённый положительный, созидательный и консолидирующий потенциал использования социальных сетей среди молодёжи. Так, посещая и вступая в тематические сообщества, изучая новостную ленту, молодые люди приобщаются к актуальной политике и ценностям, которые транслируют те или иные политические субъекты, включая государство. В рамках государственной молодёжной политики, реализуемой сегодня в России, предполагается создание условий для поддержки игровых и медиапрограмм, способствующих патриотическому воспитанию граждан России, активное использование потенциала сети Интернет для работы с молодёжной аудиторией.

В российском сегменте интернета функционируют несколько масштабных просветительских, интерактивных программ и проектов гражданско-патриотической тематики. Стоит отметить такие из них, как «Живая история», «Бессмертный полк», «Волонтеры Победы» и др. Эксперты находят немало преимуществ использования интернет-технологий в системе гражданско-патриотического воспитания по сравнению с традиционными инструментами. Так, О. А. Синюк выделяет следующие возможности интернет-технологий: повышение и стимулирование интереса к информации; активизацию мыслительной деятельности и повышение эффективности воспитания тех или иных качеств личности благодаря интерактивности; моделирование и визуализацию процессов, сложных для демонстрации в реальности, но необходимых для создания полноценного ряда; индивидуализацию воспитания; создание огромного поля для развития креативных способностей, формирования общей и информационной культуры [9].

Анализ влияния новых медиа на политическое участие молодых россиян позволяет дифференцировать данные ресурсы по направлениям их политической специализации: на начальном этапе соцсеть «ВКонтакте» являлась ключевой коммуникационной площадкой; впоследствии для ежедневного взаимодействия на политические темы использовался, главным образом, Twitter и Facebook\*; также именно Facebook\* стал восприниматься как площадка для публикации записей политического характера и их последующего обсуждения.

На 2024 год лидирующей и по числу пользователей, и по объёму производимого пользовательского контента в России является социальная сеть «ВКонтакте». При этом в общем русскоязычном медиаполе, которое распространяется далеко за пределы Российской Федерации, лидирующей социальной сетью по объёму производимого контента за последние два года стал Telegram<sup>6</sup>.

**Цифровизация политического участия и феномен цифрового участия.** Сегодня учёные отмечают, что «одной из гипотез прикладного исследования культуры цифрового гражданства и протестного потенциала российской молодёжи

\* Холдинг Meta, куда входит Facebook, 21 марта 2022 года признан экстремистской организацией, чья деятельность запрещена на территории РФ.

<sup>6</sup> Чёрный В. Социальные сети в России: цифры, тренды, осень 2023 // Brand Analytics. 20.11.2023. URL: <https://brandanalytics.ru/blog/social-media-russia-autumn-2023> (дата обращения: 24.05.2024).

выступает предположение о том, что цифровое поколение в России существенно дифференцировано по стратегиям гражданских и политических практик онлайн, ролям в цифровых коммуникациях протестного характера» [10]. Исследователи подтверждают свой тезис рядом данных.

Сопоставление и сравнение различных форм политической активности российской молодёжи демонстрирует, по словам Е. В. Бродовской и Т. Хуанга, более высокий уровень вовлеченности представителей молодого поколения в онлайн-форматы политического участия по сравнению с практиками в офлайн. Так, 29,1% опрошенных молодых россиян заявляют о своём интересе к онлайн-ресурсам органов государственной власти, электронным сервисам государственных услуг. 27,8% молодых респондентов состоят или регулярно просматривают онлайн-сообщества социальных сетей, посвящённые тем или иным политическим темам. 26,1% – являются активными пользователями электронных ресурсов оппозиционных политиков и политических сил [10, с. 6–7].

Данные результаты отражают некоторую специфику использования российской молодёжью новых медиа и онлайн-ресурсов, а именно — стремление использовать разнообразные источники политической информации, широкий охват таких источников, отсутствие фиксированных политико-идеологических рамок и границ, обуславливающих выбор и потребление контента политического характера [11]. Так, 7,9% молодых людей используют социальные сети, чтобы рекрутировать добровольцев для последующего участия в мероприятиях политического характера. 7,4% молодёжи являются блогерами, которые создают текстовый и визуальный контент, посвящённый разной политической проблематике. 5,2% молодых респондентов являются модераторами онлайн-сообществ и групп политического направления в социальных сетях. Также чуть более 5% опрошенных используют цифровые площадки для сбора материальных ресурсов на определённые политические цели.

Учёные отмечают, что сегодня не только усиливается тенденция к появлению многообразных стратегий политической онлайн-деятельности российской молодёжи, но происходят существенные изменения в различиях ролевых моделей политического участия, дифференцирующих пассивно вовлечённых «зрителей» и деятельных активистов [10]. Те молодые граждане, которые активно пользуются онлайн-ресурсами в своей общественно-политической деятельности, уже довольно эффективно используют цифровые технологии и способы привлечения новой аудитории, социальной мобилизации, поиска сторонников, координации совместных действий и т.д. В то же время почти половина (45,3%) российской молодёжи стремится дистанцироваться и отгородиться от информационного потока политического характера с помощью социальных сетей и различных медийных онлайн-ресурсов.

Что касается офлайн-реальности, то в ней сегодня не наблюдается столь активного и разнообразного политического участия молодых россиян. Результаты социологических исследований 2019 года фиксируют тенденции схожие с показателями 2016 года. Электоральное участие по-прежнему является наиболее распространённой формой политического участия российской молодёжи: 61,5% из них голосуют на выборах. На втором месте политических активностей офлайн — подготовка и подписание различных петиций, просьб, обращений политического характера (этим занимается 35,5% молодых людей). 13% опрошенных принимали участие в избирательных кампаниях, агитируя за кандидатов и партии; также 13% заявили о своём участии в политических акциях, собра-

ниях, протестных митингах. Доля молодых людей, состоящих в тех или иных организациях и формальных сообществах политической направленности, относительно невелика. 10% представителей российской молодёжи являются членами общественных организаций; 6,8% — политических партий, представленных в Государственной Думе; 4,9% опрошенных находятся в статусе сторонников указанных партий. 5,3% молодых людей являются членами политических партий, не представленных в парламенте, а 6,5% — сторонники данных партий. Любопытно, что парламентские и непарламентские политические партии имеют практически одинаковое число членов и сторонников среди российской молодёжи. Также, как видно по результатам соцопроса, молодые люди стремятся, главным образом, к реальным политическим действиям, нежели к работе на партийном поприще.

Стоит отметить, что внедрение технологий дистанционного электронного голосования (ДЭГ) в российский электоральный процесс позволило увеличить явку молодых избирателей. Так, например, на президентских выборах 2024 года треть всех проголосовавших на платформе ДЭГ составили онлайн-избиратели в возрасте от 18 до 35 лет<sup>7</sup>.

Также результаты исследования Е. В. Бродовской и Т. Хуанг показывают, что «молодые российские пользователи являются “группой-мишенью”, основным адресатом протестного контента в онлайн-пространстве» [10, с. 9]. 26,8% представителей российской молодёжи отмечают, что еженедельно или чаще они сталкиваются в новых медиа — преимущественно в социальных сетях — с призывами принять участие в политических акциях протестного характера. 48,4% также заявили, что сталкиваются с подобными сообщениями, но видят их реже, чем раз в неделю. Таким образом, усиление масштабов протестной политической мобилизации среди российской молодёжи в пространстве новых медиа может быть связано, помимо прочего, с высокой интенсивностью потоков политической информации протестного характера.

В репертуаре протестных сообщений, адресованных молодёжи в информационном пространстве цифровых медиа, доминируют следующие темы (в скобках указана доля молодых респондентов, которые сталкивались с сообщениями данной тематики):

- ущемление прав и ограничение свободы граждан (48,3%);
- тема коррупции в России (46,7%);
- нарушения в ходе проведения выборов и/или подсчёта голосов (36,8%);
- несправедливые постановления и решения органов исполнительной власти, в том числе правительства (36,4%);
- ограничение свободы (цензура) в интернете (32,9%).

Исследователи справедливо отмечают, что протестная онлайн-повестка адаптирована под ценностные установки как раз молодого поколения: в ней почти не заявлены темы справедливого распределения материальных благ, низкой заработной платы, пенсий и другие острые социальные вопросы — онлайн-повестка фиксируется, главным образом, на постматериалистических ценностях [10].

Больше трети (32,5%) молодых россиян говорят, что они равнодушны к политическому контенту протестного характера в социальных сетях: они стремятся пропустить такую информацию не углубляясь в детали. Доля тех молодых

<sup>7</sup> Явка избирателей на платформе ДЭГ составила 94% // Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ. 17.03.2024. URL: <https://digital.gov.ru/ru/events/49836/> (дата обращения: 24.05.2024).

людей, кому, напротив, подобный контент представляется интересным, выше: 36,7% молодёжи стараются вникнуть в подробности протестной повестки. При этом доля тех, кто предпринимает какие-либо действия после ознакомления с информацией протестного характера, составляет 12,1%, из которых 5,1% связываются с автором (организатором) и узнают о необходимой помощи, 4,7% стараются найти неравнодушных сторонников среди знакомых, а 2,3% — участвуют в обязательном порядке. Е. В. Бродовская и Т. Хуанг в этой связи говорят о наличии нескольких «протестных» типов молодых россиян: ««зрители» — 50,8%, «вовлечённые» — 37%, «активисты» — 7%, «лидеры» — 5,1%» [10, с. 11].

Как видно, интернет стал и средой протестной активности российской молодёжи, и фактором её формирования, развития, функционирования, а сетевизация в значительной степени увеличивает численность вовлечённых в протест граждан, что повышает шансы на успех и результативность кампании [12]. Многочисленные преимущества интернета как инструмента организации протестных действий делают его незаменимым и обязательным в использовании общественными активистами.

Как отмечают в своём исследовании К. Клеман, О. Мирясова и А. Демидов, опыт организации сетевых протестов позволяет говорить о том, что они существенно более эффективны в процессе мобилизации активистов и ресурсов для достижения общей цели, чем протесты, построенные по традиционным методам работы [13, с. 83]. Коллективные действия граждан представляют собой организационные структуры, не имеющие жёсткой иерархии, избавленные от лишних управленческих звеньев и демонстрирующие высокую эффективность коммуникации [14, с. 37].

Мобилизация и коммуникация в сетевом протесте осуществляются посредством таргетированного взаимодействия, культуры сотрудничества, «плоской» иерархии, личной мотивации и вовлеченности активистов. Мобилизацию понимают как коллективное действие, инициированное, как правило, социально-политическим конфликтом [15, с. 3]. Мобилизация реализуется через объединение сообществ для достижения целей [16, с. 146]. Также мобилизация рассматривается как процесс происходящих в обществе изменений, так как под этим следует понимать реакцию социума — инициируемую либо самим обществом, либо властью.

Помимо социальных сетей, мобилизующую функцию выполняют сегодня различные интернет-площадки и новые цифровые технологии. Так, краудсорсинг, будучи технологическим инструментом для вовлечения большого количества людей в совместную работу на онлайн-площадке, показывает, что сегодня «облачные» организации могут добиваться результатов в решении тех мобилизационных задач, с которыми привычные структуры справиться не в состоянии. Так, «буквально через несколько часов после поступления сообщений о наводнении на Кубани в 2012 г. в социальных сетях стали возникать группы помощи, в Твиттере начали появляться сообщения с хештэгами “#поможем” и “#крымск”. Координация действий волонтеров происходила в блогах Живого Журнала, а ближе к вечеру первых суток появилась первая краудсорсинговая карта на базе платформы Ушахида». В целом, «сравнивая ситуацию с мобилизацией интернет-пользователей во время пожаров 2010 года... складывалось впечатление, что в российском сетевом обществе уже накопился опыт мобилизации в кризисных ситуациях и процессы создания инструментов кооперации и их использования стали более оперативными» [17, с. 63].



В качестве потенциального инструмента политической мобилизации российской молодёжи можно назвать и такое явление, как краудфандинг (сетевой фандрайзинг). Исследователи подчёркивают, что современные краудфандинговые практики нередко используются субъектами политического процесса для увеличения уровня политического участия, получения материальных ресурсов на решение политических задач. Так, к примеру В. Э. Гончарова и В. П. Елизарова в своей работе [18] проводят анализ подобных кейсов, среди которых применение массового фандрайзинга во время избирательных кампаний Г. Дина и Б. Обамы.

Всё большее значение сегодня приобретают разнообразные онлайн-агрегаторы, на которых размещаются гражданские петиции, открытые письма, жалобы, собираются подписи для решения общественно значимых проблем. Популярность, к примеру, обрёл веб-сайт Change.org, предназначенный для создания онлайн-петиций. Начать кампанию по сбору подписей с целью повлиять на власти или общество может любой человек, независимо от его статуса и местоположения. Сегодня аудитория Change.org, изначально представлявшего собой блог правозащитной тематики, составляет более 30 млн человек. Нередко подобные инструменты активизации политического участия граждан позволяют решить проблемы федерального или местного уровня и оказываются более эффективными с точки зрения информативности ресурсами, чем сайты органов государственной власти.

Говоря о практиках и моделях политического участия российской молодёжи, сформировавшихся под влиянием цифровых технологий, нельзя обойти вниманием и такой характерный исключительно для цифровой эпохи феномен, как «слактивизм». Под ним понимается «фейковый активизм, в котором реальное действие подменяется исключительно кликами, лайками или репостами, т.е. демонстрацией участия, а не реальным участием» [19, с. 407–408]. Исследователи обратили серьёзное внимание на проблему слактивизма в 2000–2010-х годах, и сразу эта проблема была признана фактором ограничения возможностей медиаактивизма в плане мобилизации сторонников. Основной вывод этих исследований заключается в том, что не стоит переоценивать значение Интернета (в частности, социальных сетей) как площадки для реализации инициатив, ведь, несмотря на рост доступности технологий, которые могут упростить деятельность активистов и сделать её более эффективной, снижение транзакционных издержек инициативности может компенсироваться несерьёзным отношением граждан к участию [20].

**Заключение.** Несмотря на устойчивый рост численности молодых пользователей социальных сетей и потребителей цифровых медиа, возрастание роли этих онлайн-ресурсов как политических факторов всё же не стоит преувеличивать их значение в процессе политической мобилизации. Трансформация социально-политического контекста и снижение общего уровня протестных настроений в обществе, «успокоение» стихийной мобилизации в «офлайне» непременно приводит и к снижению мобилизационного значения социальных сетей, и к сокращению численности протестно настроенной молодёжи.

Социальные сети и другие форматы новых медиа сами по себе не являются политическими агентами и факторами динамики молодёжного политического участия в России — они лишь инструмент и ресурс, который, как мы показали выше, используется в рамках специализированной организованной работы. В этой связи крайне важно не только исследовать «инструментальную» сторону политического использования социальных сетей, но и анализировать,

кто и с какими целями это делает [17, с. 57–67]. Как и в случае традиционных средств массовой информации и нецифровых форм коммуникации, за практикой применения ресурса социальных сетей в политике всегда стоят организованные группы, использующие онлайн-инструменты для формирования собственной политической повестки и её транслирования целевой аудитории.

В то же время онлайн-технологии предоставляют современным гражданам, в том числе молодёжи, большие коммуникационные, информационные и организационные ресурсы. Использование социальных сетей и мессенджеров стало в 2010-е – начале 2020-х гг. неотъемлемым элементом политического участия в России и других странах. Данная тенденция будет лишь усиливаться и принимать новые формы в контексте дальнейшего развития информационно-коммуникационных технологий.

### Библиографический список

1. Анищенко А. В. Феномен цифрового политического участия: формы, модели и существенные аспекты // Наука. Культура. Общество. 2023. Т. 29, № 4. С. 18–27. DOI [10.19181/nko.2023.29.4.2](https://doi.org/10.19181/nko.2023.29.4.2). EDN [ARPCQCF](https://arpcqcf.com).
2. Рожкова Л. В., Дубина А. Ш. Политическое сознание и поведение современной молодежи // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. 2023. Т. 16, № 1. С. 80–94. DOI [10.31660/1993-1824-2023-1-80-94](https://doi.org/10.31660/1993-1824-2023-1-80-94). EDN [RKBNKE](https://rkbnke.com).
3. Любарев А. Е. Активность избирателей на федеральных, региональных и муниципальных выборах в Российской Федерации // ВВ: Проблемы общества и политики. 2013. № 8. С. 138–209. DOI [10.7256/2306-0158.2013.8.8778](https://doi.org/10.7256/2306-0158.2013.8.8778). EDN [RWWZSJ](https://rwwzsj.com).
4. Попова О. В. Приоритетные источники политической информации и политические практики российской молодежи // Политическое пространство и социальное время: Правда и ложь в политике и искусстве : Сб. науч. трудов XXXVI Международного Харакского форума (Ялта, 15–17 мая 2019). Симферополь : Ариал, 2019. С. 191–200. EDN [IJJNC](https://ijjnc.com).
5. Kimberlee R. H. Why don't British young people vote at general election? // Journal of Youth Studies. 2002. Vol. 5, No. 1. P. 85–98. DOI [10.1080/13676260120111788](https://doi.org/10.1080/13676260120111788).
6. Шакурова Н. Е. Актуальные тенденции электоральной активности молодежи в государствах Европы // Гражданин. Выборы. Власть. 2020. № 4(18). С. 81–91. EDN [AZAZYZ](https://azazyz.com).
7. Баранов А. В. Сравнительный анализ целей и направлений электоральной политики Европейского Союза и Российской Федерации в отношении молодежи // Historia Provinciae – журнал региональной истории. 2017. Т. 1, № 3. С. 39–51. DOI [10.23859/2587-8344-2017-1-3-3](https://doi.org/10.23859/2587-8344-2017-1-3-3). EDN [ZQIVWH](https://zqivwh.com).
8. Малькевич А. А. Новые медиа в политическом процессе России. Пятигорск : РИ-А-КМВ, 2023. 368 с. ISBN 978-5-6049937-9-8. EDN [RRPSXS](https://rrpsxs.com).
9. Синюк О. А. Организация воспитательной работы в школе с использованием информационно-коммуникационных технологий // Эксперимент и инновации в школе. 2010. № 5. С. 56–59. EDN [MZIKKJ](https://mzikkj.com).
10. Бродовская Е. В., Хуанг Т. Цифровое поколение: гражданская мобилизация и политический протест российской молодежи // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2019. № 5(153). С. 3–18. DOI [10.14515/monitoring.2019.5.01](https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.5.01). EDN [GGAGUX](https://ggagux.com).
11. Княшева Ю. Б., Муращенков С. В. Социально-политические риски гражданского участия российской молодежи в условиях цифровизации общества // Вестник РГГУ. Серия: Политология. История. Международные отношения. 2023. № 3. С. 108–121. DOI [10.28995/2073-6339-2023-3-108-121](https://doi.org/10.28995/2073-6339-2023-3-108-121). EDN [HZHNAQ](https://hzhnaq.com).
12. Соколов А. В., Палагичева А. В. Мобилизация и демобилизация в сетевом политическом протесте // Политическая наука. 2020. № 3. С. 266–297. DOI [10.31249/poln/2020.03.12](https://doi.org/10.31249/poln/2020.03.12). EDN [EDJBAQ](https://edjbaq.com).
13. Клеман К. М., Мирясова О. А., Демидов А. От обывателей к активистам. Зарождающиеся социальные движения в современной России. М. : Три квадрата, 2010. 688 с. ISBN 978-5-94607-139-0. EDN [QPQZCZ](https://qpqcz.com).

14. Усачева О. А. Сети гражданской мобилизации // Общественные науки и современность. 2012. № 6. С. 35–42. EDN [PGSAZP](#).
15. Яницкий О. Н. Массовая мобилизация: проблемы теории // Социологические исследования. 2012. № 6(338). С. 3–12. EDN [PBTUIB](#).
16. Кремль Т. В. Политическая мобилизация: объекты и субъекты // Историческая и социально-образовательная мысль. 2013. № 5. С. 146–149. EDN [RPXODR](#).
17. Филатова О. Г. Интернет-технологии политической мобилизации в современной России // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭК. 2014. Т. 10, № 4. С. 57–67. EDN [VEIDXF](#).
18. Гончаров В. Э., Елизаров В. П. Казус Навального: сетевой фандрайзинг как инструмент политической мобилизации // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭК. 2011. Т. 7, № 4. С. 168–182. EDN [ONIEOB](#).
19. Бронников И. А., Горбачев М. В. Политическая коммуникация в изменяющемся мире: теория и практика. М. : Издательство Московского Университета, 2022. 540 с. ISBN 978-5-19-011761-5.
20. Rotman D., Vieweg S., Yardi S. [et al.]. From slacktivism to activism: Participatory culture in the age of social media // Proceedings of the International Conference on Human Factors in Computing Systems. Vancouver, BC, Canada, 2011. P. 819–822. DOI [10.1145/1979742.1979543](#).

Поступила: 04.06.2024. Принята: 10.07.2024.

**Сведения об авторе:**

**Анищенко Александр Викторович**, аспирант,  
Федеральный научно-исследовательский социологический центр РАН. Москва, Россия.  
[aav030585@mail.ru](mailto:aav030585@mail.ru)

**A. V. Anishchenko<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of RAS. Moscow, Russia

## FEATURES OF POLITICAL PARTICIPATION OF RUSSIAN YOUTH IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION

**Abstract.** The article is devoted to identifying the specifics of the influence of the “digital” factor on the dynamics and transformation of political activity of modern Russian youth. The author pays special attention to the role of social networks and digital media on the political participation of the younger generation. Today, not only is the trend towards the emergence of diverse strategies for online political activity of Russian youth increasing, but significant changes are taking place in the differences in role models of political participation that differentiate passively engaged “viewers” and active activists. Those young Russians who actively use online resources in their socio-political activities are already quite effectively using digital technologies and ways to attract a new audience, social mobilization, finding supporters, coordinating joint actions, etc. It is noted that the key trend in recent years has been the “digitalization of political participation” of young people and the spread of the phenomenon of online political participation. The author concludes that despite the steady growth in the number of young users of social networks and consumers of digital media, the increasing role of these online resources as political factors should not be exaggerated in the process of political mobilization. The transformation of the socio-political context and the decrease in the general level of protest moods in society, the “calming down” of spontaneous mobilization in the “offline” certainly leads to a decrease in the mobilization value of social networks, and to a reduction in the number of protest-minded youth.

**Keywords:** Russian youth, political participation, digitalization, social networks, digital media

**For citation:** Anishchenko A. V. Features of political participation of Russian youth in the context of digitalization. *Science. Culture. Society*. 2024;30(3):130–141. (In Russ.). <https://doi.org/10.19181/nko.2024.30.3.8>

### References

1. Anishchenko A. V. The phenomenon of digital political participation: forms, models and essential aspects. *Science. Culture. Society*. 2023;29(4):18–27. (In Russ.). DOI [10.19181/nko.2023.29.4.2](https://doi.org/10.19181/nko.2023.29.4.2).
2. Rozhkova L. V., Dubina A. Sh. Political consciousness and behavior of modern youth. *Proceedings of Higher Educational Institutions. Sociology. Economics. Politics*. 2023;16(1):80–94. (In Russ.). DOI [10.31660/1993-1824-2023-1-80-94](https://doi.org/10.31660/1993-1824-2023-1-80-94).
3. Lyubarev A. E. Voter turnout of federal, regional and municipal elections in the Russian Federation. *NB: problemy politiki i obshchestva*. 2013;(8):138–209. (In Russ.). DOI [10.7256/2306-0158.2013.8.8778](https://doi.org/10.7256/2306-0158.2013.8.8778).
4. Popova O. V. Priority sources of political information and political practices of Russian youth. In: Political space and social time: Truth and falsehood in politics and art : Coll. of scientific papers of the XXXVI International Harak Forum (Yalta, May 15-17, 2019). Simferopol: Arial; 2019. P. 191–200. (In Russ.).
5. Kimberlee R. H. Why don't British young people vote at general election? *Journal of Youth Studies*. 2002;5(1):85–98. DOI [10.1080/13676260120111788](https://doi.org/10.1080/13676260120111788).
6. Shakurova N. E. Current trends in the electoral activity of young people in Europe. *Citizen. Elections. Authority*. 2020;(4):81–91. (In Russ.).
7. Baranov A. Comparative analysis of objectives and trends in the electoral policy of the European Union and the Russian Federation in relation to youth. *Historia provinciae – the journal of regional history*. 2017;1(3):38–50. (In Russ.). DOI [10.23859/2587-8344-2017-1-3-3](https://doi.org/10.23859/2587-8344-2017-1-3-3).
8. Malkevich A. A. New media in the Russian political process. Pyatigorsk: RIA-KMV; 2023. P. 274–307. (In Russ.). ISBN 978-5-6049937-9-8.
9. Sinyuk O. A. Organization of educational work at school using information and communication technologies. *Ekspерiment i innovatsii v shkole*. 2010;(5):56–59. (In Russ.).
10. Brodovskaya E. V., Huang T. Digital generation: civil mobilization and political protest among Russian youth. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. 2019;(5):3–18. (In Russ.). DOI [10.14515/monitoring.2019.5.01](https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.5.01).
11. Kinyasheva Yu. B., Murashchenkov S. V. Sociopolitical risks of civic participation of the Russian youth in the conditions of digitalization of society. *RSUH/RGGU Bulletin Series "Political Science. History. International Relations"*. 2023;(3):108–121. (In Russ.). DOI [10.28995/2073-6339-2023-3-108-121](https://doi.org/10.28995/2073-6339-2023-3-108-121).
12. Sokolov A. V., Palagicheva A. V. Mobilization and demobilization in a network political protest. *Political science (RU)*. 2020;(3):266–297. (In Russ.). DOI [10.31249/poln/2020.03.12](https://doi.org/10.31249/poln/2020.03.12).
13. Clement K. M., Miryasova O. A., Demidov A. From philistines to activists. Emerging social movements in modern Russia. Moscow: Tri kvadrata; 2010. (In Russ.). ISBN 978-5-94607-139-0.
14. Usacheva O. A. Civilian mobilization networks. *Social Sciences and Contemporary World*. 2012;(6):35–42. (In Russ.).
15. Yanitzky O. N. Mass mobilization: problems of theory. *Sociological Studies*. 2012;(6):3–13. (In Russ.).
16. Kremen T. V. Political mobilization: objects and subjects. *Istoricheskaya i sotsial'no-obrazovatel'naya mysl'*. 2013;(5):146–149. (In Russ.).
17. Filatova O. G. Internet technologies in political mobilization of modern Russia. *Political expertise: POLITEX*. 2014;10(4):57–67. (In Russ.).
18. Goncharov V. E., Elizarov V. P. The Navalny campaign: the network fundraising as a tool for political mobilization. *Political expertise: POLITEX*. 2011;7(4):168–182. (In Russ.).
19. Bronnikov I. A., Gorbachev M. V. Political communication in a changing world: theory and practice. Moscow: Moscow University Press; 2022. (In Russ.). ISBN 978-5-19-011761-5.
20. Rotman D., Vieweg S., Yardi S. [et al.]. From slacktivism to activism: Participatory culture in the age of social media. In: Proceedings of the International Conference on Human Factors in Computing Systems. Vancouver, BC, Canada, 2011. P. 819–822. DOI [10.1145/1979742.1979543](https://doi.org/10.1145/1979742.1979543).

Received: 04.06.2024. Accepted: 10.07.2024.

### Information about the author:

**Alexander V. Anishchenko**, Postgraduate Student,  
Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of RAS. Moscow, Russia.  
[aav030585@mail.ru](mailto:aav030585@mail.ru)