ВОПРОСЫ ПОЛИТОЛОГИИ

ВЫПУСК 1(65), 2021

Научный журнал

Журнал «Вопросы политологии» включен
в Перечень рецензируемых научных изданий
ВАК Министерства образования и науки РФ по политическим
наукам, в которых должны быть опубликованы основные
научные результаты на соискание ученой степени кандидата наук,
на соискание ученой степени доктора наук

Журнал включен в Перечень научных изданий
рекомендованных ВАК Республики Узбекистан
для публикации основных научных результатов диссертаций
по политическим и философским наукам

МОСКВА, 2021

ВОПРОСЫ ПОЛИТОЛОГИИ

Научный журнал

Председатель Редакционного Совета — ПЛАТОНОВ В.М.,
к.ю.н., заведующий кафедрой политического анализа и управления РУДН,
Председатель Московской городской Думы (1994—2014 гг.)

Редакционный Совет

АСТАЦАТУРОВА
Маяя Арташесовна

д.п.н., профессор, директор Центра этнополитических исследований, профессор кафедры креативно-инновационного управления и права Пятигорского государственного университета, координатор Сети этнологического мониторинга и раннего предупреждения конфликтов в СКФО (Россия, г. Пятигорск)

БОЖАНОВ
Владимир Александрович

д.и.н., профессор, зав. кафедрой мировой и отечественной культуры Белорусского Национального технического университета (Белоруссия, г. Минск)

ВЕДРИН
Оливье

профессор, главный редактор русской версии французского журнала «Национальная оборона» (Revue Défense Nationale), спикер Европейской комиссии, редактор франко-германского журнала по вопросам внешней политики «European Union Foreign Affairs Journal» и ректор «Континентального университета в Киеве» (Франция, г. Париж)

ДОНАЙ
Лукаш

д.п.н., профессор факультета политологии и журналистики Департамента международных отношений Университета им. Адама Мицкевича в Познани (Польша, г. Познань)

ЖИЛЬЦОВ
Сергей Сергеевич

д.п.н., заведующий кафедрой политологии и политической философии Дипломатической академии МИД РФ (Россия, г. Москва)

ИРХИН
Юрий Васильевич

д.ф.н., профессор кафедры политологии и политического управления РАНХ и ГС при Президенте РФ (Россия, г. Москва)

КАРАДЖЕ
Татьяна Васильевна

д.ф.н., заведующая кафедрой политологии и социологии МПГУ (Россия, г. Москва)

КЕТЦЯН
Григор Ваникович

к.п.н., заместитель Главного редактора журнала, Председатель Попечительского Совета научного журнала «Вопросы политологии» (Россия, г. Москва)

КОВАЛЕНКО
Валерий Иванович

д.ф.н., зав. кафедрой российской политики МГУ им. М.В. Ломоносова (Россия, г. Москва)

КРИВОКАПИЧ
Борис

д.ю.н., профессор факультета бизнеса и права Унион — Никола Тесла университета (Сербия, Белград)

МЕДВЕДЕВ
Николай Павлович

д.п.н., профессор кафедры анализа и управления Российского университета дружбы народов, главный редактор журнала (Россия, г. Москва)

МИХАЙЛОВ
Вячеслав Александрович

д.и.н., зав. кафедрой национальных и федеративных отношений РАНХ и ГС при Президенте РФ (Россия, г. Москва)

НАСИМОВА
Гульнара Орленбаевна

д.п.н., профессор, зав. кафедрой политологии факультета философии и политологии Казахского Национального университета им. Аль-Фараби (Казахстан, г. Алматы)

НИСНЕВИЧ
Юлий Анатольевич

д.п.н., профессор Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (Россия, г. Москва)

ПАХРУТДИНОВ
Шукритдин Ильясович

д.п.н., профессор, заведующий кафедрой основы духовности Института переподготовки и повышения квалификации руководителей и специалистов системы народного образования имени А. Авлони (Узбекистан, г. Ташкент)

ПЛЯЙС
Яков Андреевич

д.и.н., д.п.н., профессор Финансового университета при Правительстве РФ (Россия, г. Москва)

ПРЯХИН
Владимир Федорович

д.п.н., профессор кафедры зарубежного регионоведения и внешней политики РГГУ (Россия, г. Москва)

ПУСЬКО
Виталий Станиславович

д.ф.н., профессор кафедры гуманитарных дисциплин ВА РВСН им. Петра Великого (Россия, г. Москва)

ХОПЁРСКАЯ
Лариса Львовна

д.п.н., профессор кафедры международных отношений Киргизско-Российского славянского университета, (Киргизия, г. Бишкек)

Редакционная коллегия

Главный редактор — МЕДВЕДЕВ Н.П., д.п.н., профессор

Абрамова О.Д. (д.п.н.)

Насимова Г.О. (д.п.н.)

Кетцян Г.В. (к.п.н. — зам. гл. редактора)

Шкурина С.С. (к.п.н. — ответ. редактор)

ISSN 2225–8922

**ЖУРНАЛ ВКЛЮЧЕН
В ПЕРЕЧЕНЬ ВАК РФ**

УЧРЕЖДЕН
ООО «Издательство
«Наука сегодня»

Журнал зарегистрирован
Федеральной службой
по надзору в сфере массовых
коммуникаций, связи и охраны
культурного наследия

Рег. № ПИ № ФС77–46176
от 12 августа 2011 г.

Журнал издается ежемесячно

Журнал включен в базу РИНЦ
(Российский индекс
научного цитирования)

Включен в каталог
Ulrich's Periodicals Directory

Пятилетний импакт-фактор: 1,489.

Адрес редакции:
115598, г. Москва, ул. Загорьевская,
д. 10, корп. 4, цокольный этаж,
помещение 1, комната 7-1, офис 4
Тел.: (910) 463-53-42

Интернет-ресурс:
www.voprospolitolog.ru
E-mail: voprospolitolog@yandex.ru

Мнение авторов может
не совпадать с мнением редакции.
При перепечатке ссылка
на журнал обязательна.

Научные статьи, публикуемые
в журнале подлежат обязательному
рецензированию.

Ответственный редактор
Шкурина С.С.

Перевод
Чернышова Е.В.

Компьютерная верстка
Анциферова А.С.

Подписано в печать 25.01.2021
Формат 60×84/8. Объем 24,3.
Печать офсетная.
Тираж — 1000 экз.
(1-й завод — 500 экз.)
Заказ № 0000

Отпечатано
в типографии PrintUP
117105, г. Москва,
Нагорный проезд, 12, корп. 1
Тел.: +7 (495) 925-00-06

ISSN 2225-8922 (print)

12 выпусков в год и

4 выпуска в год переводной (англ.) версии

Языки: русский, английский

<http://voprosplitolog>

Входит в перечень рецензируемых научных изданий ВАК РФ

Включен в каталог периодических изданий Ульрих

(Ulrich's Periodicals Directory: <http://www.ulrichsweb.com>)

Материалы журнала размещаются на платформе РИНЦ

Российской научной электронной библиотеки, Electronic Journals Library Cyberleninka

Подписной индекс издания в каталоге агентства Роспечать 70035

Цели и тематика

Журнал ВОПРОСЫ ПОЛИТОЛОГИИ – периодическое международное рецензируемое научное издание в области политических исследований. Журнал является международным как по составу редакционного совета и редколлегии, так и по авторам и тематике публикаций.

Научный журнал издается с 2011 года в издательстве «Наука сегодня». С 2016 года издается переводная (англ.) версия журнала. С момента своего создания, журнал ориентировался на высокие научные и этические стандарты и сегодня является одним из ведущих политологических журналов России.

Цель журнала – способствовать научному обмену и сотрудничеству между российскими и зарубежными политологами.

Журнал предназначен для публикации результатов фундаментальных и прикладных научных исследований. Тематическая направленность журнала отражается в следующих постоянных рубриках: «История и философия политики», «Политические институты, процессы и технологии», «Политическая регионалистика и этнополитика», «Политическая культура и идеологии», «Политические проблемы международных отношений и глобализации».

Формат публикаций: научные статьи, обзорные научные материалы, материалы круглых столов, научные рецензии, научные сообщения, посвященные исследовательским проблемам в сфере политики и политологии.

В своей деятельности редакционный совет и редколлегия журнала руководствуется принципами, определяемыми ВАК России для научных журналов, в том числе: наличие института рецензирования для экспертной оценки качества научных статей; информационная открытость издания; наличие и соблюдение правил и этических стандартов представления рукописей авторами.

Целевой аудиторией журнала являются российские и зарубежные специалисты-политологи, а также аспиранты и магистры, обучающиеся по направлениям политология, государственное и муниципальное управление и международные отношения.

Журнал строго придерживается международных стандартов публикационной этики, обозначенных в документе COPE (Committee on Publication Ethics) <http://publicationethics.org>

Полные сведения о журнале и его редакционной политике, требования о подготовке и публикации статей, архив (выпуски с 2011 года) и дополнительная информация размещена на сайте: <http://voprosplitolog.ru>

Электронный адрес: voprosplitolog@yandex.ru

ISSN 2225-8922 (print)

12 issues a year plus

4 issues a year of the translated (eng.) version

Languages: Russian and English

<http://voprosplitolog>

Included in the list of peer-reviewed scientific publications of the Higher Attestation Commission of the Russian Federation

Included in the Ulrich's Periodicals Directory

Materials of the journal are placed on the RSCI platform of the Russian scientific electronic library – Electronic Journals Library Cyberleninka

Subscription index of the journal in the Rospechat Agency catalogue is: 70035

Objectives and themes

Academic journal “Political Science Issues” is an international peer-reviewed scientific periodical in the field of political studies. The journal has an international character because of the composition of its Editorial Board, its editors, its contributing authors and topics of its publications.

The scientific journal is published since 2011 at the “Publishing House “Science Today”. Translated (eng.) version of the journal is published since 2016. Since its inception, the journal was guided by high scientific and ethical standards and today it is one of the leading political science journals in Russia.

The purpose of the journal is to promote scientific exchange and cooperation between Russian and foreign political scientists.

The journal is intended for the publication of the results of fundamental and applied scientific research. Thematic focus of the journal is reflected in the following permanent headings: “History and philosophy of politics,” “Political institutions, processes and technologies,” “Political regionalism and ethno-politics,” “Political culture and ideologies,” “Political problems of international relations and globalization.”

Format of publications: scientific articles, reviews, scientific materials, materials of round tables, scientific reviews, scientific reports devoted to research problems in the field of politics and political science.

The Editorial Board and the editors of the journal in their activities are guided by the principles defined by VAK of Russia for scientific journals, including: presence of the institute of peer review for the expert quality assessment of scientific articles; information openness of the publications; availability and compliance with the rules and ethical standards for the submission of manuscripts by the authors.

The target audience of the journal is Russian and foreign specialists-political scientists, as well as graduate students and masters in the fields of political science, state and municipal management and international relations.

The journal strictly adheres to the international publishing standards and publication ethics identified in the COPE (Committee on Publication Ethics) document. <http://publicationethics.org>.

Full details of the journal and its editorial policy, requirements to the preparation and publication of articles, archive (issues since 2011) and additional information are available on the website: <http://voprosplitolog.ru>

E-mail address: voprosplitolog@yandex.ru

СОДЕРЖАНИЕ

ТЕОРИЯ, ФИЛОСОФИЯ И ИСТОРИЯ ПОЛИТИКИ

Ирхин Ю.В. Переосмысление идей

Кейнса и Рузвельта о государственном управлении
в условиях пандемического кризиса и опыта России..... 10

Федорищев К.М. Элементы августицизма

в политической теории Майкла Оукшотта..... 19

ПОЛИТИЧЕСКИЕ ИНСТИТУТЫ, ПРОЦЕССЫ И ТЕХНОЛОГИИ

Ермаков Ю.А. Зарождение и умножение коррупции

в общественно- политических иерархиях: роль природных начал..... 25

Алехнович С.О., Воронцов С.А., Понеделков А.В. Актуальные проблемы
противодействия коррупции в современной России:

информируем и обсуждаем 44

Великая Н.М., Моисеева А.Н. Оценки эффективности деятельности

органов местной власти: методология и методика 54

Гоптарева И.Б. Лоббизм в публичной политике..... 65

Прончев Г.Б., Шишарина Е.В., Прончева Н.Г. Киберугрозы

для современной России в контексте пандемии
коронавирусной инфекции 74

Сурма И.В. Информационная экспансия Запада

в странах Центральной Азии 84

Тушков А.А., Фоменко Д.А. Поиск баланса интересов

глобальных стран среди двух конкурирующих «евразийских проектов»..... 96

Вафин А.М. Негатив в политике: 10 технологий «черного» PR

в России и зарубежных странах..... 107

Отроков О.Ю. Современные тенденции, проблемы

и перспективы развития интернет-каналов информирования
молодежи с политической повесткой..... 115

Овчинников П.С., Нечай Е.Е. Ключевые барьеры на пути

трансформации социально-политической системы России 124

Еременко Ю.А., Жаворонкова З.А. Эмоциональные триггеры внимания

и запоминаемости визуального политического контента 130

Ершов Н.А., Омерович А.Р., Попов С.И. Протестный

потенциал как инструмент предвыборной кампании
(часть I: выборы в Московскую городскую Думу 2019 года)..... 140

Фалалеев М.А., Ситдикова Н.А., Нечай Е.Е. Видеостриминг как канал политической коммуникации: опыт современной России.....	147
Устюжанинов И.Д. Роль партии «Единая Россия» в региональной политике в 2002-2007 годах (на примере Кировской области).....	154
Ахмедов Ж.И. Легитимность власти как современный фактор угрозоустойчивости общества.....	162
Воскресенский Ф.А. Исследование судебной власти как элемента политической системы в странах континентальной и англо-саксонской (на примере США) систем права.....	169
Комаров Н.А. Историография межгосударственных отношений Российской Федерации и Республики Молдова в 2009-2018 гг.....	180

ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОНФЛИКТОЛОГИЯ

Штанько М.А., Тажева З.Б. Управление этническим конфликтом	188
---	-----

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ И МИРОВАЯ ПОЛИТИКА

Михайленко А.Н., Умеров Д.А. Модель гармонизации стратегии и тактики российской внешней политики	193
Кулешова Н.С., Санжиева А.Д. Кибербезопасность как условие цифровизации Японии	206
Жерлицына Н.А. Виртуальный халифат: медиа технологии «ИГИЛ»	216
Бикбулатов Э.А. Образ «Фабрики Троллей» в противостоянии политических партий США.....	227
Курилкин А.В. Китайский кибердракон: к вопросу о возможностях КНР по проведению информационных и киберопераций	234
Полтавцева О.Н. Анти-иммиграционная риторика в Италии и США: сравнительный анализ контента новых медиа Д. Трампа и М. Сальвини	240
У Яньбинь. Развитие и особенности военной дипломатии КНР после реформы и открытости	247
Будник А.И., Григорьева Т.В., Кан А.А. Позиции России и Японии вокруг Курильской территориальной проблемы	253

СТУДЕНЧЕСКАЯ НАУКА

Богданова Е.А., Тимершова А.С. Социально-политический кризис в Чили: от протестов к плебисциту.....	264
Бурова А.С. К вопросу об испано-американских отношениях в XX в.	271

РАЗМЫШЛЕНИЯ НАД ПРОЧИТАННЫМ

Слизовский Д.Е. Умножение коррупции: поиски оснований продолжаются
(рецензия на статью Ю.А. Ермакова «Зарождение и умножение коррупции
в общественно-политических иерархиях: роль природных начал»)..... 278

НАШИ АВТОРЫ286

ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ РУКОПИСЕЙ 295

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ-КАНАЛОВ ИНФОРМИРОВАНИЯ МОЛОДЕЖИ С ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПОВЕСТКОЙ¹

В статье рассмотрены основные каналы распространения информации о работе органов по делам молодежи, некоммерческих организаций и органов молодежного самоуправления в рамках взаимодействия с целевой аудиторией (молодежь в возрасте от 14 до 30 лет). Приведены данные о сообществах, группах, пабликах в самых популярных в России социальных сетях у молодежи: Instagram, Вконтакте, YouTube, TikTok, мессенджерах, а также влияние их контента на настроение аудитории. По итогам анализа представлен набор тенденций и факторов, влияющих на развитие информационного пространства молодежной политики в части трансформации политических настроений молодежи. Установлена низкая эффективность работы в этом направлении всех рассмотренных акторов с тенденцией расширения инструментов, вызванного в том числе пандемией коронавируса.

Ключевые слова: социальные сети, молодежь, некоммерческие организации, политическое участие, молодежное самоуправление.

Цифровые технологии стремительно захватывают различные направления жизнедеятельности человечества, и конечно не могли обойти стороной вопросы организации системы информирования молодежи о проведении мероприятий и деятельности органов по работе с молодежью, некоммерческих организаций, форматов самих мероприятий, подходов организации молодежных сообществ. Информационные технологии в настоящее время перешли из разряда технических, вспомогательных элементов и осущест-

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и ЭИСИ в рамках научного проекта № 20-011-32066/20.

вляют образовательную, педагогическую, адаптивную и ряд других функций, воздействуя на общество, а особенно на его молодежные кагорты параллельно с традиционными институтами [7. С. 124].

Невозможно представить эффективное вовлечение молодежи в политическую деятельность без тематической информации и каналов ее донесения. Традиционные каналы такие как телевидение, радио, печатные СМИ все еще охватывают определенную часть молодежи [3], но в настоящее время на первое место вышли социальные сети и другие средства быстрого общения. По данным ВЦИОМ, уже в 2012 году существенную роль в мобилизации участников митинга играли интернет-ресурсы (преимущественно новостные сайты и порталы). Отмечено постепенное повышение и значение роли социальных сетей [8. С. 36]. За последние 8 лет ситуация значительно изменилась в пользу виртуализации политического участия.

От охвата цифровых каналов информирования во многом зависит степень политической активности молодежи. Анализ использования органами власти, общественными институтами современных каналов донесения информации и, соответственно, возможности влияния через них на настроения молодежи представляется в высокой степени значимым. В данном аспекте необходимо учитывать, как сам инструментарий, так и контентную составляющую, адресность и адекватность представляемой информации.

Аудитория социальных сетей в России, по данным аналитических агентств, постоянно растет. На первом месте по численности активных пользователей Instagram – 42,8 млн. пользователей, ВКонтакте – 28,6 млн., YouTube – 7,7 млн., Одноклассники – 6,6 млн., TikTok – 5,3 млн., Facebook 1,6 – млн. пользователей [4]. При этом наиболее популярными среди молодежи являются ВКонтакте и Instagram, и именно в этих социальных сетях самое широкое представительство молодежи. В последние несколько лет активно набирает аудиторию и TikTok с большим количеством молодых блогеров, у которых широкая аудитория подписчиков.

Не только социальные сети, но и мессенджеры являются источником получения самой различной информации в рамках локальных диалогов либо глобальных каналов распространения информации. Самый популярный мессенджер России WhatsApp представлен аудиторией 70,6 млн. человек. При этом широкое использование его возможностей для информирования, как и Viber (с аудиторией 36,2 млн. человек) возможно лишь в рамках сетевого взаимодействия через пользователей, которые включены в конкретные диалоги по направлениям. Эта особенность значительно ограничивает потенциал использования и усложняет процесс коммуникации, с одной стороны, однако создает более доверительное отношение к размещенной информации, с другой. Более направленно можно использовать Telegram-каналы с аудиторией 26,7 млн. человек [5], где широко представлены каналы, в том числе с молодежной проблематикой.

Отдельным блоком стоит рассмотреть те возможности по использованию каналов донесения информации, которые имеются у органов по работе с молодежью на различном уровне. Численность уникальных пользователей, посетивших официальный сайт регионального органа исполнительной власти, реализующего государственную молодежную политику за последние 3 года, выросла практически в два раза. Так, в 2017 году – 8,8 млн. человек, в 2019 – уже 11,7 млн. человек, в 2019 – 16,7 млн. человек [9]. В 2020 году рост ожидается еще более значительный ввиду проведения большого количества дистанционных мероприятий. При этом финансирование этого направления не входит в прямо пропорциональную зависимость от охвата пользователей (2017 – 71,7 млн. рублей, 2018 – 81,7 млн. рублей, 2019 – 80,7 млн. рублей), что говорит об усилении нефинансовых ресурсов для привлечения аудитории, в том числе посредством социальных сетей и в целом повышения степени информированности молодежи о реализации молодежной политики. Этот вывод подтверждается аудиторией социальных сетей, которая тоже значительно выросла с 1,2 млн. человек в 2017 году до 2,7 млн. в 2019 году. Все эти данные говорят о возрастающей активности органов по работе с молодежью на различных цифровых платформах, в том числе в социальных сетях, однако, учитывая в целом аудиторию социальных сетей и аудиторию популярных у молодежи блогеров, которая доходит до нескольких миллионов человек, говорить о масштабной и эффективной работе пока не представляется возможным.

Рассмотрим представительство акторов работы с молодежью в различных социальных сетях.

«ВКонтакте» – самая популярная в России социальная сеть у молодежи, которая дает возможность не просто размещать определенный контент (как Instagram), но и вступать в сообщества по интересам. Более 41,2 миллиона молодых людей в возрасте от 14 до 30 лет имеют аккаунты в этой социальной сети, причем 60% из них ежедневно проводят в приложении в среднем 33 минуты [5]. Молодежное представительство в этой сети достаточно широкое и следует выделить несколько категорий:

- 1) сообщества, группы органов по работе с молодежью;
- 2) сообщества, группы НКО и органов молодежного самоуправления;
- 3) сообщества участников отдельных проектов, событий, мероприятий;
- 4) сообщества образовательных учреждений;
- 5) группы по интересам (футбол, кино и сериалы, спорт и т.п.);
- 6) юмор, развлечения и т.п.

В рамках данного исследования наибольший интерес представляют первые три категории, которые далее более подробно рассмотрены. Все данные получены из открытых источников по средствам поисковых запросов.

В первой категории социальных сетей в типе сообщества «государственные организации» определяется 361 сообщество на молодежную тематику.

При этом по количеству участников на первом месте «Донмолодой» (Ростовская область) с 27,1 тысячами подписчиков, затем идут «Комитет по молодежной политике» (г. Санкт-Петербург) с 23 тысячами участников, «Центр содействия занятости молодежи г. Уфы» – 21 тысяча подписчиков, «Дом молодежи АО» (Архангельская область) – 14,5 тысяч подписчиков и другие.

Во второй категории социальных сетей широко представлены такие молодежные организации, как: «Российский союз молодежи» с охватом 62,1 тысяча пользователей; «Молодая Гвардия» – 57,1 тысяча участников; «Ростовский штаб студенческих отрядов» с 30,3 тысячами подписчиков; «Российское движение школьников» (сообщества созданы в каждом регионе, а также в ряде отдельных территорий и учреждений с численностью подписчиков до 37 тысяч человек, а количество сообществ с таким наименованием более 5 тысяч); «Юнармия» (меньшее представительство и охват, чем у «РДШ», но создано с таким наименованием более 2000 сообществ); «Национальный совет молодежных объединений России» – 4,7 тысяч подписчиков и другие с меньшим количеством подписчиков. Всего в категории «общественные организации» по запросу «молодежь» определяется 1119 сообществ.

Молодежное самоуправление представлено более широко в направлении количества сообществ, но каждое из них включает меньшее количество участников. Наиболее многочисленной группой является сообщество «Молодежное правительство Свердловской области» с 12,7 тысячами подписчиков, при этом у сообщества «Ассоциация молодежных правительств России» всего 8,1 тысяча подписчиков, столько же у сообщества «Молодежный парламент при Государственной Думе» – 8,1 тысяча пользователей, а количество подписчиков сообщества «Палата молодых законодателей при Совете Федерации» составляет 1,9 тысяч человек. Среди студенческого самоуправления самое многочисленное сообщество – НГУЭУ (Новосибирская область) с 29 тысячами подписчиков, далее «Студенческий совет МГУ» с почти 11 тысячами участников и «Студенческий совет МГТУ им. Н.Э. Баумана» с 10,9 тысяч подписчиков.

В целом по запросу «молодежный парламент» количество сообществ составляет 1283, «молодежное правительство» – 989, «молодежная избирательная комиссия» – 390, «студенческий совет» – 8344 (такая цифра связана с созданием сообществ отдельных факультетов и направлений подготовки, помимо общеуниверситетских групп).

В третьей группе абсолютное лидерство за «Арт-кластер «Таврида» с 85,6 тысяч подписчиков, «Российской студенческой весной» с более чем 74 тысячами подписчиками, большое количество сообществ федеральных и региональных форумов и мероприятий с количеством подписчиков 3-10 тысяч человек, местных мероприятий с количеством подписчиков до 1 тысячи человек.

Instagram работает по кардинально отличающемуся от остальных социальных сетей принципу. Информация, как и сами аккаунты в большинстве

своим дублируются с другими социальными сетями, однако активность аудитории значительно выше, как и количество подписчиков. Учитывая особенности социальной сети такие как: неограниченное количество подписчиков, ограничения по репостам информации, копирования текстов и фото, ограничение по объему материалов, необходимость сопровождения текста фото в обязательном порядке, отсутствие возможности публикации сообщений с компьютера – усложняют работу в этой социальной сети. Учитывая особенности поиска и представления информации, в целом проанализировать количество аккаунтов и их пользователей в этой сети не представляется возможным.

YouTube – видеохостинг, который занимает первое место среди всех социальных сетей по времени, которое пользователи в нем проводят, (49 минут в день) [5] в высокой степени популярен у молодежи – доля пользователей среди россиян 18-24 лет (88%) и 25-34 лет (90%) [2]. Однако особенности его работы через создание видеороликов затрудняют оперативную коммуникацию и формируют необходимость дополнительных расходов на создание качественного контента. Свой YouTube-канал есть у Федерального агентства по делам молодежи с 1,2 тысячами подписчиков. В нем размещено 12 видео, а максимальное количество просмотров – 1,5 тысяч. По отдельным мероприятиям размещены видео на популярных каналах, в том числе «Россия-1», «Первый канал», как например фестиваль «Таврида-АРТ 2020», но количество просмотров все равно очень скромно и составляет около 10,8 тысяч (при том, что в других социальных сетях охват в сотни раз выше). В целом с вариациями слова «молодежь» в поисковике практически отсутствует контент органов по работе с молодежью (то есть он не является популярными), а имеющиеся материалы зачастую носят деструктивный либо юмористический (развлекательный) характер [1. С. 97].

Похожая ситуация в TikTok. В данном случае создание аккаунтов НКО и органов молодежного самоуправления представляется излишним, ведь данная социальная сеть предполагает практически ежедневное обновление контента. Основным направлением ее использования может стать донесение информации через популярных у молодежи блогеров с большим количеством подписчиков: приглашение их на мероприятия, продвижение определенной информации, контекстная реклама отдельных молодежных проектов и т.п. На федеральном уровне и в отдельных регионах такая форма работы набирает популярность, однако ее возможности ограничивает небольшое число блогеров, готовых размещать подобную информацию, так как в целом это не соответствует их контенту либо стоимость такого размещения слишком высока.

Молодежные Telegram-каналы не являются многочисленными. Среди наиболее популярных каналов, которые связаны с политикой, можно выделить: «НОП – Молодежь и Система» с более 4,7 тысяч подписчиков (экс-

пертиза, аналитика и инсайды о молодежной политике, социальных лифтах и ключевых трендах системы); «Молодежь России» с 1,8 тысяч подписчиков (не анонимно о молодежи и молодежной политике); «АИС Молодежь России» с 930 подписчиками (канал для того, чтобы молодежь могла заявить о себе и продвинуть свой проект на международной арене). Каналы Росмолодежи и региональных органов по работе с молодежью, молодежных НКО и органов молодежного самоуправления еще более малочисленны и не представляют особого интереса для анализа.

Столь слабая активность использования этого средства коммуникации можно объяснить небольшой прослойкой молодежи, активно пользующейся данной социальной сетью как каналом получения информации, и наличием большого количества каналов с политической тематикой в целом. В данном случае вопросы молодежной политики как самостоятельного направления не представляют большого интереса для аудитории. Перспективы развития и расширения охвата Telegram-каналов молодежи представляются в большей степени со стороны транслируемого контента в популярные каналы, нежели создания своих собственных узко молодежных. Высокой популярностью молодежные каналы вряд ли будут пользоваться без контента привлекательной для молодежи тематики, а политизированная молодежь аккумулируется в каналах с более широким кругом вопросов и аудиторией.

Что касается групповых чатов в WhatsApp и Viber, то количество их участников ограничено самими сетями и в первом случае это 256 человек, во втором 249. При этом нет системы поиска чатов и вступить в них возможно лишь посредством ссылки либо приглашения. В 2020 году в Viber появилась возможность создания сообщества (аналог Telegram-канала), однако они не пользуются популярностью. Данные мессенджеры можно рассматривать в первую очередь как средство коммуникации между пользователями, у которых есть контакты друг друга, для решения личных, либо рабочих задач, подготовки отдельных событий и т.п.

Анализ контента размещаемых материалов в самых популярных молодежных группах, каналах и пабликах за ноябрь-декабрь 2020 года показал, что абсолютное большинство материалов касаются отдельных конкурсов, программ, проектов или реализуемых на различном уровне мероприятий, а также информации о работе органов по работе с молодежью. В единичных случаях информация касается вопросов политического участия молодежи, размещенная НКО, работающими в данном пространстве (молодежные «крылья» политических партий) и органов молодежного самоуправления, особенно молодежных правительств, парламентов и избирательных комиссий.

В рамках рассмотрения и систематизации приведенных данных можно установить несколько тенденций:

1. Слабая политическая составляющая популярных пабликов в социальных сетях среди рассматриваемых категорий. Уровень политизированности

вступает в зависимость лишь от мотивации самих пользователей, которые участвуют в обсуждениях либо создают контент.

2. Отсутствие единой концепции создания аккаунтов и размещения материалов, что растягивает аудиторию и размывает информационные потоки.

3. Не прослеживается взаимосвязь между масштабом работы организации, органа власти и количеством подписчиков в социальных сетях, из чего можно сделать вывод, что подписка происходит не на основании узнаваемости организации или даже участия в ее деятельности, а по совершенно другим основаниям, которые необходимо изучать отдельно.

4. Неактуальность размещенной информации (особенно в части отдельных мероприятий), низкая оперативность обновления. Аккаунты сохраняются после проведения мероприятия, однако активности в них никакой не происходит, и они просто «засоряют» пространство с постепенным уменьшением количества подписчиков. Некоторые организации создают по различным причинам (несанкционированный доступ, смена владельца группы и т.п.) дополнительные страницы, что создает неудобства при их поиске и анализе, а также путаницу среди потенциальной аудитории.

5. Культура создания и ведения аккаунтов находится на крайне низком уровне, а отсутствие общих подходов снижает совокупную эффективность развития такой формы коммуникации с молодежным сообществом через социальные сети.

6. Практически полное отсутствие продвижения материалов через рекламные возможности либо распространение самими пользователями, что ограничивает информирование аудитории, которая не включена в конкретные сообщества и не знает об их существовании.

Очевидна необходимость расширения информационного присутствия и качества контента, механизмов информирования молодежи о реализации молодежной политики в социальных сетях органов по работе с молодежью. Эта необходимость нашла свое отражение в проекте федерального закона «О молодежной политике в Российской Федерации» [6], принятого Государственной Думой на момент подготовки статьи в третьем чтении. Отдельной 11 статьей в данном документе выделено информационное обеспечение реализации молодежной политики. Положения статьи устанавливают необходимость обеспечения открытости и доступности информации о реализации молодежной политики, причем определен объем и содержание данной информации, а также порядок и обязательность ее представления. Впервые в документе такого уровня устанавливаются требования к объему размещаемой информации в сфере молодежной политики, что безусловно кардинальным образом изменит информационный ландшафт в данной области.

Пандемия коронавируса значительно ускорила тенденции цифровизации в работе с молодежью и сделала такое взаимодействие единственно возможной формой работы. Далеко не все оказались готовы к таким рез-

ким изменениям, однако очевидно, что и после пандемии цифровая, онлайн направленность многих процессов сохранится, особенно в вопросах работы с молодежью. Органы по работе с молодежью в современных условиях должны максимально использовать каналы распространения информации, так как не столько качественное проведение мероприятия, его результаты, как качественное освещение его проведения значительно влияют на восприятие события целевой аудиторией. В настоящее время можно констатировать лишь начало такой работы с тенденцией ее интенсификации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Агапова Е.А., Деточенко Л.С., Лепин А.П., Липец Е.Ю., Отроков О.Ю., Пупыкин Р.А., Тарадина М.В. Молодежь и молодежная политика в обществе цифровизации и пандемии: монография. Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета, 2020.
2. Аналитический обзор ВЦИОМ «YouTube – «телевидение» XXI века». 2019 год // <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/youtube-televidenie-xxi-veka>.
3. Данные исследования ФОМ «Интерес молодежи к политике», апрель 2017 года // <https://fom.ru/Politika/13285>.
4. Данные системы мониторинга и анализа социальных медиа и СМИ Brand Analytics за 2020 год // <https://br-analytics.ru>.
5. Данные исследовательской компании Mediascope за 2020 год // <https://mediascope.net>.
6. Проект федерального закона «О молодежной политике в Российской Федерации» // <https://sozd.duma.gov.ru/bill/993419-7>.
7. Сидоркина В.М., Полутина Н.С. Трансформация ценности образования в виртуальном социуме // Интеграция образования. 2014. № 4 (77).
8. Ушкин С.Г. «Народ против»: протесты и протестующие в виртуальных социальных сетях: монография. М.: ИНФРА-М, 2019.
9. Федеральное статистическое наблюдение в сфере государственной молодежной политики за 2017-2019 годы // <https://fadm.gov.ru/activity/statistic>.

O.YU. OTROKOV

*Candidate of Political Science,
Associate Professor of the Department of Economic
Theory of the Rostov State University of Economics,
Rostov-on-Don, Russia*

CURRENT TRENDS, PROBLEMS AND PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF INTERNET CHANNELS FOR INFORMING YOUNG PEOPLE WITH A POLITICAL AGENDA¹

The article discusses the main channels of dissemination of information about the work of youth affairs bodies, non-profit organizations and youth self-government bodies in the framework of interaction with the target audience (young people aged 14 to 30 years). The article presents data on communities, groups, and public posts in the most popular social networks in Russia among young people: Instagram, V Kontakte, YouTube, TikTok, and messengers, as well as the impact of their content on the mood of the audience. Based on the results of the analysis, a set of trends and factors affecting the development of the information space of youth policy in terms of the transformation of political moods of young people is presented. Low efficiency of work in this direction of all considered actors with a tendency of expansion of tools caused, among other things, by the coronavirus pandemic is established.

Key words: *social networks, youth, non-profit organizations, political participation, youth self-government.*

¹ The reported study was funded by RFBR and EISR according to the research project № 20-011-32066/20.