

## Современное политическое участие онлайн vs офлайн: новые возможности — прежняя активность?

*Каминченко Д. И.*

Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского, Нижний Новгород, Российская Федерация; dmitkam@inbox.ru

### РЕФЕРАТ

Работа посвящена изучению особенностей политического участия в условиях современного информационного общества. В условиях стремительной цифровизации политического пространства особую актуальность приобретает анализ существующих и возникающих форм политического участия.

Цель данной работы состоит в том, чтобы изучить воздействие внутренних установок индивида на его готовность к участию в общественно значимых мероприятиях как в онлайн, так и в офлайн форматах. Влияние внутренних установок индивидов рассматривается в работе сквозь призму двух факторов: восприятие социальных медиа как основного канала для выражения гражданских интересов (фактор восприятия) и отношение людей к идее о возможности появления в пространстве социальных медиа единого политического лидера (фактор лидерства).

В качестве основного прикладного метода исследования выбран опрос среди студенческой молодежи, так как студенческая молодежь является активным пользователем современных социальных медиа.

Результаты опроса показывают, что почти половина активных пользователей социальных медиа готовы участвовать в общественных процессах как онлайн, так и офлайн. Кроме того, подавляющее большинство участников опроса воспринимают интернет-платформы современных социальных медиа как основной канал и механизм выражения гражданской активности. Опрос также показал, что половина активных пользователей отрицают возможность появления в пространстве социальных медиа единого политического лидера (хотя велика доля и тех, кто, наоборот, согласен с этой идеей — более трети всех респондентов). Перекрестный анализ данных опроса подтвердил обозначенное в работе предположение, согласно которому восприятие индивидами социальных медиа как коммуникативного канала, эффективного для целей гражданского участия, способствует формированию у них готовности к участию в общественно значимых мероприятиях онлайн. Вместе с тем, изучение воздействия фактора лидерства на появление у индивидов готовности к разным формам политического участия не сформировало однозначного мнения о характере этого воздействия и требует дальнейшего изучения. Данное исследование демонстрирует, что активность в социальных медиа отнюдь не способствует общественно-политической пассивности их пользователей.

*Ключевые слова:* политическое участие, гражданская активность, социальные медиа, интернет, онлайн, офлайн

**Для цитирования:** Каминченко Д. И. Современное политическое участие онлайн vs офлайн: новые возможности — прежняя активность? // Управленческое консультирование. 2020. № 8. С. 18–35.

## Modern Political Participation Online vs Offline: New Opportunities — Previous Activity?

*Dmitriy I. Kaminchenko*

Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod, Nizhny Novgorod, Russian Federation; dmitkam@inbox.ru

**ABSTRACT**

The paper is devoted to the study of the features of political participation in the modern information society. In the context of the rapid digitalization of the political space, the analysis of existing and emerging forms of political participation is of particular relevance.

The aim of the paper is to study the impact of an individual's internal attitudes on his/her willingness to participate in socially significant events, both online and offline. The influence of internal attitudes of individuals is considered in the paper through the prism of two factors: the perception of social media as the main channel for the expression of civic interests (perception factor) and people's attitude to the idea of the possibility of a single political leader appearing in social media space (leadership factor).

Poll among students was chosen as the main applied research method, since students are an active users of modern social media.

The poll results show that almost half of active users of social media are ready to participate in social processes both online and offline. In addition, the vast majority of respondents perceive the Internet platforms of modern social media as the main channel and mechanism for expressing civic activity. The poll results also showed that half of active users deny the possibility of a single political leader appearing in the social media space (although there is a large proportion of those who, on the contrary, agree with this idea — more than a third of all respondents). Cross-analysis of the poll data confirmed the assumption indicated in the work, according to which the individuals perception of social media as a communicative channel effective for the purpose of civic participation, contributes to their readiness to participate in socially significant events online. At the same time, the study of the impact of the leadership factor on individuals' readiness for various forms of political participation did not form an unambiguous opinion on the nature of this impact and requires further study. This study demonstrates that activity in social media does not contribute to the socio-political passivity of their users.

*Keywords:* political participation, civic engagement, social media, Internet, online, offline

**For citing:** Kaminchenko D. I. Modern Political Participation Online vs Offline: New Opportunities — Previous Activity? // Administrative consulting. 2020. N 8. P. 18–35.

**Введение**

Современные информационно-коммуникационные технологии существенно изменяют условия функционирования сложившихся политических институтов. В условиях информационного общества институты оказываются погруженными в сетевое пространство, которому присущи определенные правила и поведенческие паттерны, воздействующие на институциональное функционирование. Практика электронных петиций и интернет-голосования, процедуры обсуждения в Сети законодательных проектов и инициатив, а также новые формы участия индивида в политике (например, политический флэшмоб) свидетельствуют о серьезных изменениях в диалоге общества и государства. Под влиянием цифровых технологий происходит трансформация существующих моделей этого диалога в сторону повышения степени его открытости и прозрачности.

Необходимо отметить, что в современной науке существуют разные позиции по вопросам, связанным с последствиями цифровизации политического участия. Одни ученые убеждены, что интернет делает возможным в режиме реального времени более широкое и активное участие граждан и политиков [16, с. 26], создавая в том числе и новые формы политического участия [5, с. 119]. В свою очередь другие ученые обращают внимание на такое явление, как слактивизм. Согласно данной концептуальной позиции, участие онлайн способствует усилению политической пассивности индивида, в отличие от реального, офлайн-формата политического участия [23]. Подобные дискуссии актуализируют сразу несколько вопросов. Во-первых, вызывает интерес вопрос о том, способствуют ли интернет-технологии реальной политической активизации граждан, либо активность онлайн не перерас-

тает в политическое участие офлайн. Возможно, интернет-платформы вовлекают в политическую активность только тех граждан, кто и при отсутствии данных платформ был готов принимать участие в политическом процессе. Важно осознать, увеличивают ли цифровые технологии число политически активных граждан или нет, после чего можно делать заключения о характере и последствиях влияния современных цифровых платформ на политическое участие. В этой связи, формулировать выводы о том, что интернет способствует увеличению демократического участия (и как результат — укреплению демократии как таковой), еще рано [9, с. 43–44].

Во-вторых, актуализируется вопрос о поиске грани, разделяющей онлайн и офлайн участие. Информация о политическом событии, происходящем офлайн, может мгновенно распространиться в сетевом коммуникативном пространстве, вызвать активное обсуждение и приобрести тем самым новые смыслы и дальнейшее развитие. Вместе с тем, одно сообщение (в текстовом, видео или ином формате), появившееся в дискурсивном поле социальных медиа, способно вызвать моментальную общественную реакцию и, в результате — реальные действия органов государственной власти и политических акторов. В-третьих, по-прежнему, актуален вопрос о возможности появления в коммуникативном пространстве интернета лидеров, способных объединять и выражать интересы большого числа граждан и успешно конкурировать в рамках политических процессов офлайн.

Данная работа посвящена изучению такой актуальной научной проблемы, как трансформация отношения индивидов к общественному и политическому участию в условиях современного информационного общества. Как уже отмечалось, благодаря развитию современных информационно-коммуникационных технологий у общества и власти появляются новые возможности для организации и осуществления взаимного диалога. При этом появляются и определенные коммуникативные риски, связанные, например, с возможными манипулятивными воздействиями со стороны политических субъектов. В этих условиях крайне актуальным выглядит изучение отношения индивидов в современном обществе как к самой идее общественного и политического участия в целом, так и к отдельным партиципаторным практикам, в частности. Наша работа посвящена изучению одного из аспектов обозначенной научной проблемы. Цель работы заключается в том, чтобы изучить особенности воздействия определенных когнитивных и поведенческих факторов на готовность индивидов к участию в общественно значимых мероприятиях. Зачастую подобные мероприятия имеют непосредственное отношение к основным политическим акторам: либо субъекты политики напрямую участвуют в этих мероприятиях, либо являются адресатами тех сообщений, которые формулируются обществом в ходе подобных мероприятий. Для выполнения указанной цели, очевидно, необходимо опираться на комплекс подходов, среди которых — аксиологический, коммуникативный, поведенческий и сетевой. Значимость проводимого исследования заключается в том, что его результаты позволят глубже понять отношение индивидов к идее участия в общественно значимых событиях как в онлайн, так и офлайн формах. Более того, его результаты способны прояснить связь между готовностью к участию индивидов в разных форматах, а также установить, что влияет на эту готовность, усиливая, либо ослабляя ее.

### **Теоретические основания**

Прежде чем перейти к описанию методологии исследования, необходимо кратко очертить степень изученности рассматриваемой в работе проблемы. Разумеется, вопросам, посвященным роли интернета в современном политическом участии, отведено немалое внимание исследователей. В целом, следует отметить, что понятие «политическое участие», по мнению Э. И. Авзаловой, охватывает «совокупность

различных способов вовлечения граждан в политику» [1, с. 188]. Если классические определения политического участия зачастую акцентируют внимание на том, что оно призвано прямо или косвенно влиять на процесс принятия решений, подчеркивая, таким образом, инструментальный характер участия, то сегодня политическое участие воспринимается в более широком смысле, а не только с позиций влияния на процессы принятия решений [19, с. 343].

Интернет-платформы, выстраивающие современный медийный ландшафт (трансформирующий, в свою очередь, способы потребления политической информации [18, с. 2]), создают для политического участия индивидов как существенные возможности, так и определенные риски. С одной стороны, по мнению авторов масштабного социологического исследования «Российское общество и вызовы времени», интернет «дал толчок многим отнюдь не виртуальным гражданским инициативам», а также он «вернул вкус и интерес к публичной политике, спорам, дискуссиям, обмену мнениями значительной части населения» [11, с. 156]. Положительную роль интернета в появлении возможностей для включения большого числа людей в гражданскую активность отмечает и А. В. Соколов [13, с. 304]. Можно согласиться с тем, что на аксиологическом уровне интернет способствовал усилению открытости и прозрачности происходящих политических процессов и событий. Стремительное распространение цифровых технологий открыло новые возможности для осознания и реализации гражданами своих прав. Доступ к широкому объему информации важен для совершения гражданами осознанного политического выбора. На поведенческом уровне отмечаем активизацию на платформах сети интернет различных практик гражданского и политического участия: от проведения обсуждений и дискуссий по разным темам до координации действий в решении общественно значимых вопросов.

С другой стороны, сам коммуникативный процесс в интернете может сопровождаться наличием посторонних шумов (препятствующих выражению обществом различных сигналов и сообщений) и нарушений, например, в форме троллинга [20, с. 419]. Более того, глобальное развитие интернет-пространства по-новому актуализирует значимость таких ценностей, как безопасность и порядок (прежде всего, в условиях проведения различными политическими акторами активных манипулятивных действий в информационной сфере). Всеобщая цифровизация политического поля создает угрозы для воплощения ценностей независимости и суверенитета государства. На поведенческом уровне неуклонное взаимопроникновение онлайн и офлайн коммуникативных пространств может способствовать распространению пассивности индивидов в случае необходимости решения общественно значимых вопросов, а также — распространению неконвенциональных форм общественного и политического участия.

А. В. Соколов предлагает понимать под политическим участием в интернете «использование интернет-технологий для вовлечения различных групп граждан в политику; организации взаимодействия политических субъектов с населением; оказание влияния на формирование, принятие и реализацию политических решений, формирование и функционирование политических институтов, деятельность политических и примыкающих к ним общественных организаций, а также на деятельности несистемных политических движений и на акции, направленные на коренную перестройку существующей политической системы» [12].

Отдельное внимание ученых отведено изучению разных форм политического участия онлайн. А. М. Ваховский раскрывает содержание двух типов складывающихся форм политического участия, осуществляемых с помощью современных сетевых технологий: конвенциональных и неконвенциональных форм [4, с. 14]. В целом российские и зарубежные ученые рассматривают особенности целого ряда конкретных форм политического участия в интернете, таких как: онлайн-петиции [7; 10; 14], электронное голосование [2; 17], ведение дискуссий в Сети [6; 20], онлайн-комментарии [15] и т. д.

Необходимо отметить и направление исследований, связанное с поиском факторов, определяющих поведение пользователей интернет-платформ поддержки социальных сетей. С. Шчебетенко в одной из своих работ изучает связь между самооценкой и поведением пользователей социальных медиа [22, с. 17], а Д. Воллебек, Р. Карлсен, К. Стин-Джонсон и Б. Энджолрас анализируют роль конкретных эмоций в политическом поведении в интернет-пространстве [25, с. 2]. Д. Дж. Уилкинс, А. Г. Ливингстоун и М. Левин приходят к выводу, что коллективная пользовательская активность в интернете по одному социальному вопросу может способствовать аналогичным действиям, направленным на решение другого социального вопроса, но только в том случае, когда у пользователей интернета формируется уверенность в эффективности подобных действий [24, с. 103]. Это подчеркивает значимость восприятия обществом существующих интернет-платформ в качестве эффективного канала для решения социальных вопросов.

Вместе с тем одним из наименее изученных (но при этом крайне актуальным) вопросов этой предметно-тематической сферы является вопрос о влиянии онлайн практик участия индивида в политике на офлайн действия. Следует подчеркнуть, что в ряде случаев политического участия разделение на онлайн и офлайн действия является затруднительным, неслучайно ученые отмечают, что офлайн и онлайн пространства заметно переплетены, особенно среди молодежи [21, с. 118]. Одним из наиболее рациональных путей изучения данного вопроса является анализ когнитивных и поведенческих факторов, находящих свое отражение в готовности индивидов участвовать в общественно значимых мероприятиях, как в онлайн, так и в офлайн форматах. Более того, подобные факторы целесообразно анализировать не напрямую (так как они являются, в первую очередь, элементами сознания индивида и далеко не всегда могут быть наблюдаемы и четко зафиксированы), а через их проявление/реакцию на другие факторы.

В нашей работе мы сосредоточимся на изучении такого когнитивного фактора, как восприятие индивидом интернет-пространства (на примере современных платформ поддержки социальных сетей) в качестве основного канала выражения своей гражданской активности. Предположительно, чем сильнее и упорнее современные интернет-платформы социальных медиа воспринимаются индивидом в качестве эффективного канала для выражения своих гражданских интересов, тем активнее индивид будет принимать участие в общественных мероприятиях онлайн. Вместе с тем, возможно, подобный характер восприятия социальных медиа положительно сказывается и на политическом участии офлайн. В любом случае, высказанные предположения целесообразно сформулировать в форме двух исследовательских гипотез.

*Исследовательская гипотеза № 1.* Восприятие индивидом современных социальных медиа в качестве основного канала выражения своей гражданской активности положительно сказывается на готовности индивида принимать участие в общественно значимом массовом мероприятии онлайн.

*Исследовательская гипотеза № 2.* Восприятие индивидом современных социальных медиа в качестве основного канала выражения своей гражданской активности положительно сказывается на готовности индивида принимать участие в общественно значимом массовом мероприятии офлайн.

Подчеркнем, в обозначенных гипотезах когнитивный фактор представлен на уровне восприятия и отношения индивидов к социальным медиа как к эффективной площадке для выражения своих гражданских прав. Подобное проявление основывается на ряде определенных когнитивных установок, например, на осмыслении и отношении к интернет-пространству в целом как к некоей открытой площадке, где сами коммуникативные акты между субъектами отличаются особой прозрачностью, динамичностью (оперативностью) и высокой степенью наблюдаемости. Наличие подобных когнитивных установок способствует и появлению мнения о том, что в интернет-про-

странстве повышается и эффективность политической коммуникации (в частности, улучшается качество обратной связи со стороны органов государственной власти и политических партий), что и формирует отношение к социальным медиа как к эффективному каналу выражения своей гражданской активности. Кроме того, пользователь социальных медиа, наблюдая за активностью других пользователей в диалоге с властью в рамках коммуникативных интернет-площадок, также может начать испытывать стремление к взаимодействию с политическими акторами внутри этих площадок. В этом случае формируется кумулятивный когнитивный эффект, усиливающийся в условиях массового использования данных технологий.

Еще один фактор, предположительно способный оказывать существенное воздействие на политическое участие, как в онлайн, так и в офлайн форматах — фактор лидерства. С одной стороны, наличие лидера, способного сплотить пользователей вокруг решения конкретных общественно значимых вопросов, а также объединить их усилия и скоординировать общие действия для выражения своих гражданских интересов, должно способствовать повышению готовности индивидов участвовать в политических действиях. С другой стороны, сетевая (децентрализованная и гетерархическая) логика функционирования современных социальных медиа нередко свидетельствует об отсутствии необходимости наличия лидера в ходе различных политических процессов, в которых социальные медиа играют активную роль. Возможно, причина подобного расхождения заключается именно в формате участия: для традиционных форм политического участия (офлайн) чаще всего необходимо наличие лидера, способного объединить усилия граждан, а для онлайн участия наличие такого лидера не является обязательным условием самого участия в политике. В любом случае, целесообразно сформулировать две исследовательские гипотезы, которые, в некоторой степени, способны прояснить указанное выше противоречие.

*Исследовательская гипотеза № 3.* Наличие/появление в пространстве социальных медиа единого политического лидера, способного объединить большинство пользователей социальных медиа, положительно сказывается на готовности индивида принимать участие в общественно значимом массовом мероприятии онлайн.

*Исследовательская гипотеза № 4.* Наличие/появление в пространстве социальных медиа единого политического лидера, способного объединить большинство пользователей социальных медиа, положительно сказывается на готовности индивида принимать участие в общественно значимом массовом мероприятии офлайн.

Поведенческий фактор в гипотезах № 3 и № 4 проявляется сразу в нескольких плоскостях. Во-первых, выявляется сама возможность появления в коммуникативном пространстве современных социальных медиа политического лидера, способного объединить большинство их пользователей. Важным аспектом здесь является степень проникновения сетевой (децентрализованной и гетерархичной) логики в поведенческие практики индивидов. Во-вторых (и как следствие первого пункта), необходимо понять, готовы ли индивиды участвовать в общественных и политических действиях при наличии или отсутствии некоего ориентира и движущей силы. У пользователя могут присутствовать разные поведенческие установки на случай наличия или отсутствия подобного ориентира, например, от этого может зависеть степень его активности. Примером может служить следующая ситуация: факт активного участия в каком-нибудь флешмобе общеизвестного лидера может сподвигнуть пользователя к аналогичной (по степени своей активности) форме участия в рамках этого флешмоба (например, выполнение какого-нибудь характерного для темы конкретного флешмоба действия), в случае отсутствия среди участников флешмоба подобного лидера пользователь может ограничиться только пассивным наблюдением за данным событием.

Теоретическую часть нашей работы необходимо завершить важным уточнением. В данном исследовании мы постараемся сконцентрировать внимание на воздействии

когнитивных и поведенческих факторов на готовность индивидов в среде активных пользователей современных социальных медиа к участию в общественно значимых мероприятиях. С одной стороны, это не позволяет экстраполировать полученные результаты на все общество (так как в исследовании участвует, в основном, только молодежь), с другой стороны — это позволит обратить пристальное внимание на значимые закономерности в области влияния цифровизации общества на тех, кто активнее остальных использует социальные медиа в повседневной жизни.

### **Материалы и методы**

Выполнение обозначенной в данной работе цели (изучение особенностей воздействия когнитивных и поведенческих факторов на готовность индивидов к участию в общественно значимых мероприятиях) требует не только концептуальной опоры на ряд существующих подходов (аксиологический, коммуникативный, поведенческий и сетевой), но и использования прикладного метода. Одним из наиболее эффективных методов, позволяющих изучать когнитивные и поведенческие факторы, по праву, считается опрос. Проведение опроса позволит протестировать обозначенные в предыдущем разделе гипотезы.

Структура опросного листа отражает задачи исследования и рассматриваемые в нем переменные. Учитывая необходимость рассмотрения готовности индивидов к участию в политике онлайн, требовалось опросить именно активных пользователей интернет-платформ поддержки социальных сетей, поэтому опрос проводился среди студенческой молодежи.

Для уточнения того, являются ли респонденты активными пользователями социальных медиа, были сформулированы два закрытых вопроса: «Пользуетесь ли вы социальными медиа (ВКонтакте, Instagram, Facebook, Twitter, Telegram и т. д.)?» и «Как часто вы пользуетесь социальными медиа (ВКонтакте, Instagram, Facebook, Twitter, Telegram и т. д.)?».

Изучение готовности людей принимать участие в общественно значимых мероприятиях также требовало формулировки соответствующих вопросов закрытого типа: «Готовы ли вы принять участие в организации и проведении общественно значимого массового мероприятия онлайн?» и «Готовы ли вы принять участие в организации и проведении общественно значимого массового мероприятия офлайн?».

Нашли свое отражение в опросной анкете и факторы, позволяющие изучать особенности отношения респондентов к разным формам политического участия. Для анализа восприятия участниками опроса социальных медиа как основного канала для выражения гражданской активности был сформулирован соответствующий вопрос закрытого типа. В свою очередь, закрытый вопрос для установления значимости фактора лидерства выглядел следующим образом: «Как вы считаете, возможно ли появление в пространстве социальных медиа единого политического лидера, способного объединить большинство пользователей социальных медиа?».

Помимо интерпретации полученных результатов по каждому вопросу был проведен также и перекрестный анализ данных по ряду вопросов, чтобы оценить воздействие каждого из двух обозначенных выше факторов на готовность респондентов принимать участие в общественно значимых мероприятиях. На основании проведенного анализа сделаны соответствующие выводы.

### **Результаты**

В опросе, проведенном среди студентов Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского в ноябре 2019 г., приняли участие 123 респондента, среди которых 67 представителей женского пола и 56 — мужского пола.

93,5% всех опрошенных составили молодые люди в возрасте от 18 до 22 лет, 5,7% респондентов — в возрасте от 23 до 30 лет и только 0,8% опрошенных — в возрасте от 31 до 40 лет.

Все 100% участников опроса положительно ответили на вопрос о том, пользуются ли они современными социальными медиа. Кроме того, 96,7% всех респондентов, отвечая на вопрос о частоте использования социальных медиа, выбрали следующий вариант ответа: «Неоднократно в течение дня» (в сформулированном вопросе именно данный вариант ответа характеризует наиболее частое использование интернет-платформ социальных медиа). Это позволяет говорить о том, что почти все опрошенные респонденты активно используют социальные медиа.

49% всех опрошенных сказали, что они готовы принять участие в организации и проведении общественно значимого мероприятия онлайн (причем, из всех респондентов, ответивших таким образом, доля мужчин составила 48,3%, а женщин — 51,7%), относительно же участия в офлайн мероприятиях свою готовность выразили 45% всех опрошенных (из них мужчин — 53,6%, а женщин — 46,4%), что свидетельствует о близких значениях в плане поведенческих интенций в сфере участия. Подробные результаты ответов на этот вопрос представлены на рис. 1.

Половина опрошенных заявили о том, что появление в пространстве социальных медиа единого политического лидера невозможно, 36% полагают, что такая возможность существует. Подробные результаты ответов на этот вопрос представлены на рис. 2.

По мнению двух третей всех опрошенных респондентов, именно социальные медиа являются сегодня основным каналом проявления гражданской активности, и только пятая часть опрошенных не согласны с этим утверждением. Подробные результаты ответов на этот вопрос представлены на рис. 3.

Для того чтобы понять, как люди воспринимающие/невоспринимающие социальные медиа в качестве основного канала проявления гражданской активности

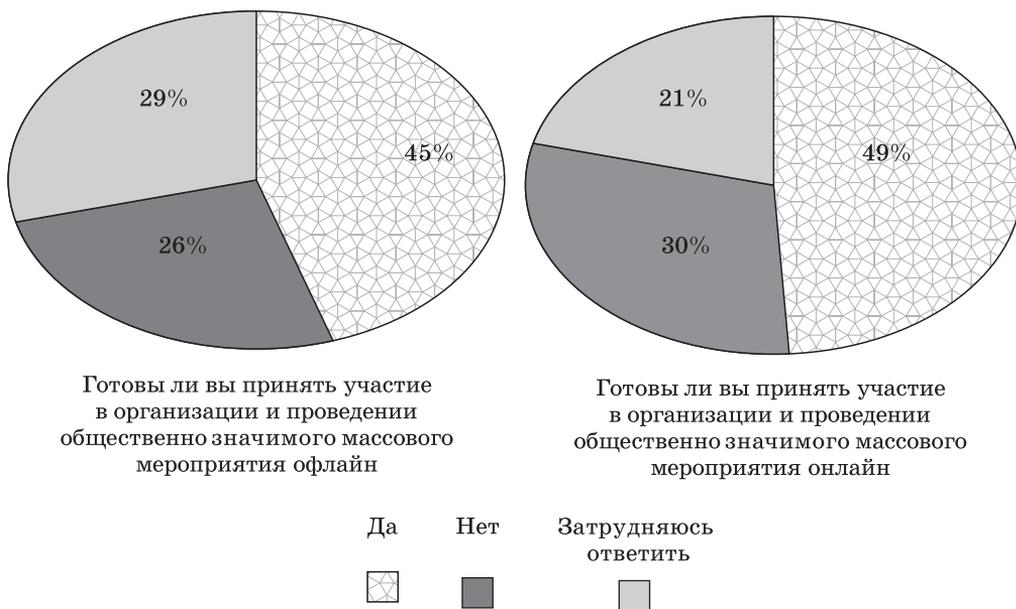


Рис. 1. Готовность активных пользователей социальных медиа принимать участие в общественно значимых мероприятиях

Fig. 1. Willingness of active users of social media to participate in socially significant events

Как вы считаете, возможно ли появление в пространстве социальных медиа единого политического лидера, способного объединить большинство пользователей социальных медиа?

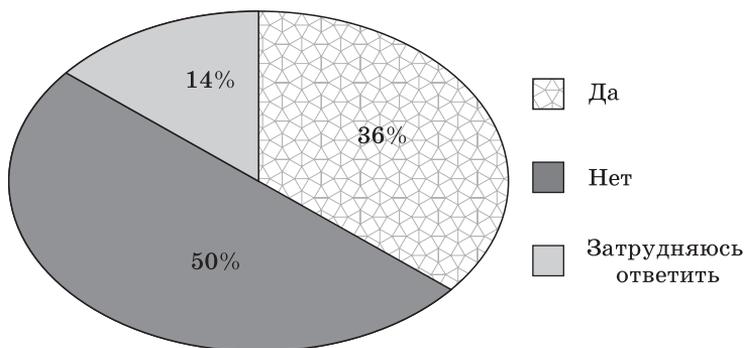


Рис. 2. Отношение общества к идее о возможности появления в социальных медиа единого политического лидера  
 Fig. 2. Public attitude to the idea of the possibility of a single political leader appearing on social media

выражают готовность к участию онлайн или офлайн, был проведен перекрестный анализ ответов респондентов на соответствующие вопросы. Выясняется, например, что 56,1% опрошенных, воспринимающих социальные медиа как основной канал проявления гражданской активности, готовы принимать участие в общественно значимом массовом мероприятии онлайн, а 28,8% — не готовы. При этом число респондентов, готовых к участию онлайн среди невоспринимающих социальные медиа в качестве подобного канала — значительно меньше (только 32%), а неготовых к участию — 36%. Подробные результаты перекрестного анализа ответов на эти вопросы представлены в табл. 1.

По вашему мнению, в современном обществе социальные медиа можно рассматривать как основной механизм (канал) выражения активности граждан?

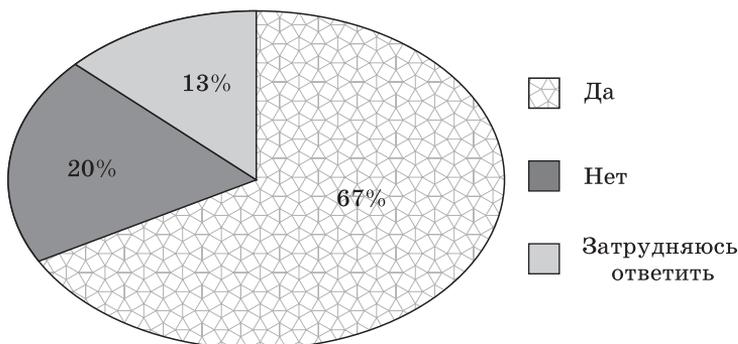


Рис. 3. Восприятие социальных медиа как основного канала для проявления гражданской активности  
 Fig. 3. Perception of social media as the main channel for demonstration of civic activity

Перекрестный анализ данных опроса также необходим для того, чтобы понять готовность к участию онлайн или офлайн тех респондентов, кто считает возможным/невозможным появление в пространстве социальных медиа единого политического лидера, способного объединить большинство пользователей социальных медиа. Это позволит понять роль фактора лидерства в готовности пользователей социальных медиа к участию в общественно значимых мероприятиях. Результаты анализа демонстрируют, что большинство (61,4%) тех, кто убежден в возможности появления такого лидера, готовы к участию онлайн, 25% — не готовы. Соотношение ответов среди тех респондентов, кто не разделяет мнения о возможности появления такого лидера, уже иное: 42,6% на 34,4%. Подробные результаты перекрестного анализа ответов на эти вопросы представлены в табл. 2.

Таблица 1

**Результаты перекрестного анализа ответов: фактор восприятия/готовность к участию, %**

Table 1. Results of responses cross-analysis: perceptual factor / willingness to participate

Вопрос/Вариант ответа		По вашему мнению, в современном обществе социальные медиа можно рассматривать как основной механизм (канал) выражения активности граждан?		
		Да	Нет	Затрудняюсь ответить
Готовы ли вы принять участие в организации и проведении общественно значимого массового мероприятия онлайн?	Да	56,1	32,0	37,5
	Нет	28,0	36,0	31,3
	Затрудняюсь ответить	15,9	32,0	31,3
	Всего	100	100	100
Готовы ли вы принять участие в организации и проведении общественно значимого массового мероприятия офлайн?	Да	50,0	48,0	18,8
	Нет	26,8	24,0	25,0
	Затрудняюсь ответить	23,2	28,0	56,3
	Всего	100	100	100

Таблица 2

**Результаты перекрестного анализа ответов: фактор лидерства/готовность к участию, %**

Table 2. Results of responses cross-analysis: leadership factor / willingness to participate

Вопрос/Вариант ответа		Как вы считаете, возможно ли появление в пространстве социальных медиа единого политического лидера, способного объединить большинство пользователей социальных медиа?		
		Да	Нет	Затрудняюсь ответить
Готовы ли вы принять участие в организации и проведении общественно значимого массового мероприятия онлайн?	Да	61,4	42,6	38,9
	Нет	25,0	34,4	27,8
	Затрудняюсь ответить	13,6	23	33,3

Вопрос/Вариант ответа		Как вы считаете, возможно ли появление в пространстве социальных медиа единого политического лидера, способного объединить большинство пользователей социальных медиа?		
		Да	Нет	Затрудняюсь ответить
	Всего	100	100	100
Готовы ли вы принять участие в организации и проведении общественно значимого массового мероприятия офлайн?	Да	56,8	42,6	27,8
	Нет	27,3	29,5	11,1
	Затрудняюсь ответить	15,9	27,9	61,1
	Всего	100	100	100

### Обсуждение

Результаты анализа данных проведенного опроса позволяют сделать ряд выводов. Во-первых, почти половина всех активных пользователей социальных медиа готовы принять участие в организации и проведении общественно значимых мероприятий онлайн. Приблизительно такое же число респондентов готовы участвовать в общественно значимых мероприятиях офлайн. Данный результат, в некоторой степени, резонирует с частью сложившихся в науке убеждений о роли интернета в политическом участии. С одной стороны, немалое число (почти половина) активных пользователей готовы участвовать в общественных процессах как онлайн, так и офлайн, при этом готовность к участию в мероприятиях онлайн не препятствует аналогичной готовности к участию офлайн, т. е. активное пользование интернетом открыто не способствует формированию пассивного отношения к партиципаторным практикам офлайн. С другой стороны, эти цифры говорят и о том, что сложившиеся в интернете практики онлайн участия в общественно значимых мероприятиях принципиально не активизируют дополнительные группы людей для выражения ими своей гражданской активности. Более того, скорее всего, среди пользователей социальных медиа сложилась устойчивая группа тех, кто готов к участию в общественных мероприятиях в целом (вне зависимости от формы: онлайн или офлайн). Чтобы проверить это предположение, был проведен дополнительный перекрестный анализ данных по вопросам о готовности к участию пользователей в общественно значимых мероприятиях онлайн и офлайн. Его результаты представлены в табл. 3.

Результаты анализа подтверждают выдвинутое предположение: более двух третей тех респондентов, кто готов участвовать в общественно значимых мероприятиях онлайн, выражают свою готовность к участию в общественных мероприятиях и офлайн, и только 15% опрошенных среди тех, кто готов к участию онлайн, высказались отрицательно о своей готовности к участию офлайн. В свою очередь, почти 60% из тех респондентов, кто заявил о неготовности к участию в общественно значимых мероприятиях онлайн, не готовы участвовать в них и офлайн. Таким образом, среди активных пользователей социальных медиа присутствует существенная и устойчивая группа тех, кто готов к участию в общественной жизни как онлайн, так и офлайн, поэтому для них социальные медиа являются важным, но, скорее всего, не единственным каналом для выражения своей гражданской активности. Вместе с тем, среди активных пользователей социальных медиа сложилась

**Результаты перекрестного анализа ответов: готовность к участию онлайн/офлайн, %**  
 Table 3. Results of responses cross-analysis: willingness to participate online/offline, %

Вопрос/Вариант ответа		Готовы ли вы принять участие в организации и проведении общественно значимого массового мероприятия онлайн?		
		Да	Нет	Затрудняюсь ответить
		%		
Готовы ли вы принять участие в организации и проведении общественно значимого массового мероприятия офлайн?	Да	68,3	29,7	15,4
	Нет	15,0	59,5	3,8
	Затрудняюсь ответить	16,7	10,8	80,8
	Всего	100	100	100

и небольшая (по численности) группа тех пользователей, для кого социальные медиа открывают необходимые возможности для участия в общественно значимых мероприятиях, при этом участвовать в подобных мероприятиях иными путями (не с помощью интернет-платформ социальных медиа) они не готовы.

Во-вторых, отрицательное отношение респондентов проведенного опроса (которое высказали 50% всех опрошенных) к идее о возможности появления в интернет-пространстве единого политического лидера, способного объединить большинство пользователей, согласуется с идеей о сетевой логике функционирования коммуникативного пространства современных интернет-платформ. Данная логика диктует функционирующим в обществе политическим институтам свои принципы децентрализации и гетерархии, отвергая возможность наличия единого, принимающего все решения центра и формируя акцент на распределении властных полномочий между многочисленными акторами. Это говорит об изменении самой природы и морфологии власти в условиях сетевого коммуникативного пространства.

В-третьих, необходимо отметить, что подавляющее большинство участников опроса воспринимают интернет-платформы современных социальных медиа как основной канал и механизм проявления гражданской активности, что в очередной раз подчеркивает значимость общественно-политической роли, выполняемой социальными медиа. Неслучайно социальные медиа рассматриваются сегодня как проводник общественного мнения [8, с. 42] и «один из важнейших институтов современного общества, который способствует агрегации и артикуляции общественных интересов» [3]. Этот результат, в некоторой степени, снова опровергает идею о том, что использование интернет-платформ способствует формированию у их пользователей пассивного отношения к идее участия в общественных и политических действиях. Сами интернет-платформы воспринимаются далеко не только как источник информации развлекательного свойства или инструмент для поддержания существующих или поиска новых знакомств, но и как важнейший механизм для выражения гражданских интересов и участия в решении общественно значимых вопросов.

В-четвертых, результаты проведения перекрестного анализа говорят о том, что осязаемое большинство тех респондентов, кто воспринимает социальные медиа как основной канал для выражения гражданской активности, готовы к участию в общественно значимых мероприятиях онлайн, т. е. в рамках этих же социальных медиа. В свою очередь, те респонденты, кто не воспринимает социальные медиа

в качестве основного канала для выражения гражданской активности, чаще всего не готовы и к участию в общественно значимых мероприятиях с помощью этих интернет-платформ. Это свидетельствует о том, что фактор определенного восприятия социальных медиа (как коммуникативного канала, эффективного для целей гражданского участия) способствует формированию у индивидов готовности к участию в общественно значимых мероприятиях онлайн, что полностью подтверждает обозначенную выше исследовательскую гипотезу № 1.

Подтверждение данной гипотезы актуализирует вопрос о том, почему молодые и активные пользователи социальных медиа (воспринимающие социальные медиа как основной канал для выражения гражданской активности) готовы к участию в организации и проведении общественно значимых мероприятий онлайн. На наш взгляд, причины выявленной закономерности находятся в плоскости когнитивных установок индивидов. Интернет воспринимается ими как открытая и динамичная коммуникативная площадка с высокой степенью прозрачности и оперативности взаимодействий, позволяющая решать разные (не только коммуникативные) задачи. Подобное отношение к современным социальным медиа экстраполируется и на политическую плоскость (тем более что органы государственной власти нередко активно используют интернет для взаимодействия с обществом), т. е. данное пространство воспринимается индивидами как эффективная площадка для решения общественных и политических вопросов. В этой связи, допустимым является предположение о том, что распространение подобных когнитивных установок будет способствовать и интенсификации политического участия в интернет-пространстве. В свою очередь, на распространение подобных когнитивных установок может оказать влияние как увеличение числа активных пользователей социальных медиа, так и последовательные действия политических субъектов по вовлечению граждан в коммуникативные практики посредством современных платформ социальных медиа.

В-пятых, тестируя на основании проведенного перекрестного анализа исследовательскую гипотезу № 2, следует отметить, что, как и в предыдущем случае, ощущаемое большинство тех респондентов, кто воспринимает социальные медиа как основной канал для выражения гражданской активности, готовы к участию в общественно значимых мероприятиях офлайн, т. е. в рамках уже функционирующих в реальном политическом пространстве институтов. Однако, при этом и в случае с теми респондентами, кто не рассматривает социальные медиа в качестве основного канала для выражения гражданской активности, число тех респондентов, кто готов к участию в общественно значимых мероприятиях офлайн, намного превышает число неготовых к нему. В результате, гипотеза подтверждена только частично и требует проведения дополнительного исследования. Спектр возможных причин подобного результата верификации этой гипотезы может быть крайне широк: от высокой степени удовлетворенности функционированием уже сложившихся общественных и политических институтов до скептического отношения к интернет-платформам социальных медиа как к эффективному каналу политической коммуникации (вспомним, что на заре своего развития интернет в целом рассматривался как поле вне политики, хотя к сегодняшнему дню ситуация кардинально изменилась). В этой связи отмечаем, что вопрос о влиянии когнитивного восприятия социальных медиа как эффективного канала политической коммуникации на готовность принять участие в общественно значимых мероприятиях офлайн остается дискуссионным и требующим проведения дополнительных исследований.

В-шестых, подавляющее большинство тех респондентов, кто соглашается с возможностью появления в пространстве социальных медиа единого политического лидера, выражают свою готовность к участию в общественно значимых мероприятиях, проводимых в рамках этих платформ. Это говорит о том, что фактор при-

сутствия сильного и единого лидера, вопреки идее о влиянии сетевой логики на политико-коммуникативное пространство интернета, оказывает существенное воздействие на готовность к участию в подобных мероприятиях онлайн. Однако среди тех респондентов, кто не разделяет подобное мнение о возможности появления лидера, чаще всего, также высказывается готовность к партиципаторным практикам онлайн. Поэтому, исследовательская гипотеза № 3 подтверждена только частично и также требует проведения дополнительного исследования.

В-седьмых, результаты перекрестного анализа влияния фактора лидерства на участие граждан офлайн также говорит о том, что и те респонденты, кто соглашается с возможностью появления в пространстве социальных медиа единого политического лидера, и те, кто с этим не согласны, чаще всего (в случае с «согласными» это проявляется значительно сильнее) выражают свою готовность к участию офлайн, т. е. посредством сложившихся общественных и политических институтов. В этой связи следует констатировать, что исследовательская гипотеза № 4 подтверждена только частично и также требует проведения дополнительного исследования.

Результаты тестирования двух последних гипотез требуют обратить внимание, как минимум, на две закономерности: вне зависимости от того, согласны ли участники опроса с идеей о возможности появления в пространстве социальных медиа единого политического лидера, они, чаще всего, выражают свою готовность к участию в общественно значимых мероприятиях как онлайн, так и офлайн, но при этом, преобладание готовых к участию граждан ощутимее именно среди тех, кто согласен с точкой зрения о едином лидере. Причинами подобного результата может быть наслоение в современном политическом пространстве сетевых (гетерархичных) и иерархичных свойств. С одной стороны, сетевая логика цифрового общества выдвигает на передний план идею децентрализации и отсутствия необходимости для совершения политического действия определенного ориентира, движущей силы, с другой стороны — наличие лидера, являющегося ориентиром для политических действий индивидов и групп, по-прежнему является крайне значимым фактором для политического участия (подчеркнем, что исследование проводилось именно среди молодежной аудитории, активных интернет-пользователей). Поэтому пока преждевременно делать выводы о том, способствует ли данный поведенческий фактор появлению готовности у индивидов принять участие в общественно значимых мероприятиях. Подчеркнем, выдвинутые предположения требуют проведения дополнительных исследований, прежде всего, в области анализа универсальных и партикулярных черт политического сознания пользователей социальных медиа.

Из четырех обозначенных в работе исследовательских гипотез свое полное подтверждение нашла только одна: восприятие индивидом современных социальных медиа в качестве основного канала выражения своей гражданской активности положительно сказывается на готовности индивида принимать участие в общественно значимом массовом мероприятии онлайн. Остальные гипотезы подтверждены только частично.

Подводя общие итоги, необходимо отметить, что результаты проведенного исследования в очередной раз подтверждают идею о том, что современные интернет-платформы поддержки социальных сетей играют важную общественно-политическую роль. Эти интернет-платформы могут быть рассмотрены не только как инструмент для получения и обмена информацией, поиска и укрепления межличностных связей, отдыха и развлечений, но и как важнейший канал для выражения людьми своих гражданских интересов. Причем, среди активных пользователей интернета доминирует идея о том, что именно современные социальные медиа являются основным каналом для проявления обществом своей гражданской активности. Подобное отношение к социальным медиа способствует и появлению у людей готовности принимать участие в массовых общественно значимых мероприятиях.

тиях именно внутри социальных медиа (онлайн). Как показало исследование, активность в социальных медиа отнюдь не способствует общественно-политической пассивности пользователей, как минимум, на уровне готовности принимать участие в общественно значимых мероприятиях. Вместе с тем, следует отметить примерно равное соотношение числа тех пользователей, кто готов участвовать в общественно значимых событиях как онлайн, так и офлайн. Более того, среди активных пользователей социальных медиа присутствует существенная и устойчивая группа тех, кто готов к участию в общественной жизни как онлайн, так и офлайн, поэтому для них социальные медиа являются важным, но, скорее всего, не единственным каналом для выражения своей гражданской активности. Однако существует и небольшая (по численности) группа тех пользователей, для кого социальные медиа открывают необходимые возможности для участия в общественно значимых мероприятиях, так как участвовать в мероприятиях офлайн они не готовы. Это позволяет предположить, что платформы социальных медиа способны активизировать общественно-политические действия (онлайн или офлайн), чаще всего тех пользователей, кто в целом и изначально, вне зависимости от наличия/отсутствия этих платформ или доступа к ним, скорее всего, готов принимать участие в реальных (офлайн) партиципаторных практиках. Впрочем, данное предположение, вероятно, требует дальнейшего изучения, как и взаимосвязь между отношением пользователей социальных медиа к идее о возможном появлении в этом коммуникативном пространстве единого политического лидера (фактор лидерства) и их готовностью участвовать в значимых общественно-политических мероприятиях, как онлайн, так и офлайн. Необходимо также отметить, что половина активных пользователей отрицают возможность появления в пространстве социальных медиа единого политического лидера (хотя велика доля и тех, кто, наоборот, согласен с этой идеей — более трети всех респондентов).

Результаты проведенного исследования дополняют существующую систему знания о современном политическом участии и факторах, потенциально способных оказывать на него свое воздействие. Эти результаты могут быть полезны специалистам, занимающимся изучением как современных, так и традиционных форм политического участия, а также политическим деятелям и экспертам для выстраивания коммуникативных поведенческих стратегий в пространстве социальных медиа (прежде всего, в молодежной среде).

## **Заключение**

В данной работе были изучены особенности воздействия когнитивных и поведенческих факторов на готовность молодежи (активных пользователей современных социальных медиа) к участию в общественно значимых мероприятиях. В ходе проведения исследования были сделаны выводы о соотношении числа тех пользователей, кто готов принимать участие исключительно в онлайн мероприятиях, и тех, кто выражает свою готовность к участию офлайн. В работе также были проанализированы особенности восприятия современных социальных медиа как канала для выражения гражданской активности (когнитивный фактор восприятия и отношения) и отношение к идее о возможности появления в пространстве социальных медиа единого политического лидера (поведенческий фактор лидерства). Это позволило проанализировать особенности воздействия двух обозначенных факторов на появление у пользователей готовности к участию в общественно значимых мероприятиях как онлайн, так и офлайн. Вместе с тем, некоторые результаты исследования требуют проведения дополнительного изучения, например, роль фактора лидерства в появлении у индивидов готовности к разным формам политического участия, а в качестве одного из возможных методов для изучения этой роли может быть выбрано шкалирование.

## Литература

1. *Авзалова Э. И.* Интернет-участие как новая форма политического участия граждан // Ученые записки Казанского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2015. Т. 157. № 1. С. 187–193.
2. *Балашов А. Н., Бочанов М. А.* Интернет-технологии как фактор развития политической активности граждан: тренды и противоречия // PolitBook. 2017. № 2. С. 22–34.
3. *Балуев Д. Г., Каминченко Д. И.* Отражение ценностей современного российского общества в социальных медиа. Вестник Пермского университета. Серия: Политология. 2017. № 3. С. 5–13.
4. *Ваховский А. М.* Интернет-пространство: эволюция форм политического участия // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. 2016. № 4. С. 13–21.
5. *Войнов Д. А.* Креативность интернет-коммуникации как способ индивидуального политического участия граждан // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2012. № 1. С. 117–126.
6. *Волковский Д. В., Филатова О. Г.* Дискуссии в интернете как форма электронного участия в политике: региональный аспект // PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект. 2019. № 20–21. С. 6–16.
7. *Гольбрайх В. Б.* Экологические общественные инициативы в интернете как новая практика политического участия // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2016. № 4 (36). С. 340–350.
8. *Каминченко Д. И.* Порядок как ценность в текстах современных социальных медиа // Информационное общество. 2016. № 2. С. 39–42.
9. *Малькевич А. А.* От электронного голосования к протестной мобилизации: как интернет трансформирует политическое участие // Управленческое консультирование. 2019. № 11. С. 39–46.
10. *Радина Н. К.* Онлайн-петиция в междисциплинарных полях и на теоретических перекрестках: политология и лингвистика // Коммуникативные исследования. 2018. № 4. С. 193–208.
11. *Российское общество и вызовы времени.* Книга вторая / отв. ред. Горшков М. К., Петухов В. В. М. : Весь мир, 2015.
12. *Соколов А. В.* Интернет-пространство: новые возможности для политического участия // Вестник Пермского университета. Серия : Политология. 2013. № 4. С. 98–115.
13. *Соколов А. В.* Интернет-технологии политического участия и их влияние на офлайн-политику // Известия Алтайского государственного университета. 2014. № 4–1 (84). С. 303–310.
14. *Asher M., Leston-Bandeira C., Spaiser V.* Do parliamentary debates of e-petitions enhance public engagement with Parliament? An analysis of Twitter conversations // Policy & Internet. 2019. Vol. 11. N 2. P. 149–171.
15. *Clementson D. E.* How web comments affect perceptions of political interviews and journalistic control // Political Psychology. 2019. Vol. 40. N 4. P. 815–836.
16. *Curran T., Singh R.* E-democracy as the future face of democracy: a case study of the 2011 Irish elections // European View. 2011. N 10. P. 25–31.
17. *Fivaz J., Schwarz D.* Smart Democracy für Smart Cities — Online-Wahlhilfen und ihr Beitrag zu einer modernen Demokratie // HMD Praxis der Wirtschaftsinformatik. 2015. Vol. 52. P. 482–501.
18. *Greenwood M. M., Sorenson M. E., Warner B. R.* Ferguson on Facebook: Political persuasion in a new era of media effects // Computers in human behaviour. 2016. N 57. P. 1–10.
19. *Hooghe M., Hosch-Dayican B., van Deth J. W.* Conceptualizing political participation // Acta Politica. 2014. Vol 49. Is. 3. P. 337–348.
20. *Lindgren S.* Movement mobilization in the age of hashtag activism: Examining the challenge of noise, hate, and disengagement in the MeToo campaign // Policy & Internet. 2019. Vol. 11. N 4. P. 418–438.
21. *Lonnqvist J.-E., Deters F. G.* Facebook friends, subjective well-being, social support, and personality // Computers in human behaviour. 2016. N 55. P. 113–120.
22. *Shchebetenko S.* Do personality characteristics explain the associations between self-esteem and online social networking behaviour? // Computers in human behaviour. 2019. N 91. P. 17–23.
23. *Tormey S.* Politicising digital space: Theory, the internet and renewing democracy. Contemporary political theory. 2018.

24. *Wilkins D. J., Livingstone A. G., Levine M.* All click, no action? Online action, efficacy perceptions, and prior experience combine to affect future collective action // *Computers in human behaviour*. 2019. N 91. P. 97–105.
25. *Wollebæk D., Karlsen R., Steen-Johnsen K., Enjolras B.* Anger, fear, and echo chambers: The emotional basis for online behavior // *Social Media + Society*. April-June 2019. P. 1–14.

#### Об авторе:

**Каминченко Дмитрий Игоревич**, старший преподаватель кафедры прикладного политического анализа и моделирования Института международных отношений и мировой истории Нижегородского государственного университета им. Н. И. Лобачевского (Нижний Новгород, Российская Федерация), кандидат политических наук; dmitkam@inbox.ru

#### References

1. Avzalova E. I. Online Participation as a New Form of Citizen Participation in Politics // *Uchenye Zapiski Kazanskogo Universiteta. Seriya Gumanitarnye Nauki* [Uchenye zapiski Kazanskogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki]. 2015. Vol. 157. N 1. P. 187–193. (In rus).
2. Balashov A. N., Bochanov M. A. Internet technologies as a factor of development of political activity of citizens: trends and contradictions // *PolitBook* [PolitBuk]. 2017. N 2. P. 22–34. (In rus).
3. Baluev D. G., Kaminchenko D. I. The reflection of the values of modern Russian society in social media // *Bulletin of Perm University. Political Science* [Vestnik Permskogo universiteta. Seriya: Politologiya]. 2017. N 3. P. 5–13. (In rus).
4. Vakhovskiy A. M. Internet space: the evolution of forms of political participation // *Izvestiya Tula State University* [Izvestiya Tul'skogo gosudarstvennogo universiteta. Gumanitarnye nauki]. 2016. N 4. P. 13–21. (In rus).
5. Voynov D. A. The Creativity of the Internet Communication as a Citizen Political Participation // *RUDN Journal of Political Science* [Vestnik Rossiyskogo universiteta družby narodov. Seriya: Politologiya]. 2012. N 1. P. 117–126. (In rus).
6. Volkovskii D. V., Filatova O. G. Internet discussions as a form of e-participation in politics: regional aspect // *PR and advertising in a changing world: regional aspect* [PR i reklama v izmenyayushchemsya mire: regional'nyy aspekt]. 2019. N 20–21. P. 6–16. (In rus).
7. Golbraykh V. B. Environmental public initiative in the internet as a new public participation practice // *Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science* [Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya]. 2016. N 4 (36). P. 340–350. (In rus).
8. Kaminchenko D. I. Order as the value in texts of modern social media. // *Information society* [Informatsionnoe obshchestvo]. 2016. N 2. P. 39–42. (In rus).
9. Malkevich A. A. From online voting to protest mobilization: how the internet is transforming political participation // *Administrative Consulting* [Upravlencheskoe konsul'tirovanie]. 2019. N 11 (131). P. 39–46. (In rus).
10. Radina N. K. Online-petition in interdisciplinary fields and theoretical crossroads: political science and linguistics // *Communication Studies* [Kommunikativnye issledovaniya]. 2018. N 4 (18). P. 193–208. (In rus).
11. *Russian society and the challenges of the time. The second book* / Editors: Gorshkov M. K., Petukhov V. V. M. : Ves Mir Publishers. 2015. (In rus).
12. Sokolov A. V. Internet-Based Technologies of Political Participation and Their Impact on the Off-Line Policy // *Izvestiya of Altai State University Journal* [Izvestiya Altayskogo gosudarstvennogo universiteta]. 2014. N 4–1 (84). P. 303–310. (In rus).
13. Sokolov A. V. Internet space: new opportunities for political participation // *Bulletin of Perm University. Political Science* [Vestnik Permskogo universiteta. Seriya: Politologiya]. 2013. N 4 (24). P. 98–115. (In rus).
14. Asher M., Leston-Bandeira C., Spaiser V. Do parliamentary debates of e-petitions enhance public engagement with Parliament? An analysis of Twitter conversations // *Policy & Internet*. 2019. Vol. 11. N 2. P. 149–171.
15. Clementson D. E. How web comments affect perceptions of political interviews and journalistic control // *Political Psychology*. 2019. Vol. 40. N 4. P. 815–836.
16. Curran T., Singh R. E-democracy as the future face of democracy: a case study of the 2011

- Irish elections // *European View*. 2011. N 10. P. 25–31.
17. Fivaz J., Schwarz D. Smart Democracy für Smart Cities — Online-Wahlhilfen und ihr Beitrag zu einer modernen Demokratie // *HMD Praxis der Wirtschaftsinformatik*. 2015. Vol. 52. P. 482–501.
  18. Greenwood M. M., Sorenson M. E., Warner B. R. Ferguson on Facebook: Political persuasion in a new era of media effects // *Computers in human behaviour*. 2016. N 57. P. 1–10.
  19. Hooghe M., Hosch-Dayican B., van Deth J.W. Conceptualizing political participation // *Acta Politica*. 2014. Vol 49. Is. 3. P. 337–348.
  20. Lindgren S. Movement mobilization in the age of hashtag activism: Examining the challenge of noise, hate, and disengagement in the MeToo campaign // *Policy & Internet*. 2019. Vol. 11. N 4. P. 418–438.
  21. Lonnqvist J-E., Deters F.G. Facebook friends, subjective well-being, social support, and personality // *Computers in human behaviour*. 2016. N 55. P. 113–120.
  22. Shchebetenko S. Do personality characteristics explain the associations between self-esteem and online social networking behaviour? // *Computers in human behaviour*. 2019. N 91. P. 17–23.
  23. Tormey S. Politicising digital space: Theory, the internet and renewing democracy. *Contemporary political theory*. 2018.
  24. Wilkins D. J., Livingstone A. G., Levine M. All click, no action? Online action, efficacy perceptions, and prior experience combine to affect future collective action // *Computers in human behaviour*. 2019. N 91. P. 97–105.
  25. Wollebæk D., Karlsen R., Steen-Johnsen K., Enjolras B. Anger, fear, and echo chambers: The emotional basis for online behavior // *Social Media + Society*. April-June 2019. P. 1–14.

**About the author:**

**Dmitriy I. Kaminchenko**, Senior Lecturer of Department of Applied Policy Analysis and Modeling of Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod (Nizhny Novgorod, Russian Federation), PhD in Political Sciences; dmitkam@inbox.ru