

## Секция «Политические науки»

### Сравнительный анализ мобилизационных процессов в российском политическом пространстве партий традиционного типа и новых сетевых сообществ

**Бехтер Владислав Игоревич**

*Студент*

*Кубанский государственный университет, Факультет управления и психологии,  
Краснодар, Россия*

*E-mail: ibehter@gmail.com*

В настоящее время наиболее актуальным в политическом пространстве РФ становится выработка и апробация принципиально новых технологий мобилизации электората и партийной структуры в целом. Особенностью современного политического процесса является различный подход к использованию методов активации мобилизационных процессов в обществе и партии. По этому признаку можно дифференцировать современных акторов политики на политические партии традиционного типа, интегрированные в политическую деятельность государства, и на новые активно зарождающиеся сетевые сообщества, которые пока не вписываются в стандартную типологию устройства партии (по Коэну, Дюверже и т. п.), и вследствие чего являются неинституциональными субъектами политики.

Для достижения своих целей и задач традиционные партии используют такие политические технологии, как:

1. Агитация в СМИ, поскольку они имеют больше возможностей по распространению информации в традиционных СМИ (исключая Интернет) о своей деятельности и программе.

2. Построение организованных акций, митингов. Традиционные партии, представленные в законодательной власти, имеют возможности влияния на государственные структуры, образуя в некоторых случаях административное принуждение [5]. В отличие от новых сетевых сообществ в политике такие партии имеют большую долю легитимности для организации митингов.

3. Создание специальных организаций для поиска, подборки и обновления кадров и увеличения мобилизационных возможностей партии. Например, «Общероссийский Народный Фронт», который, по мнению экспертов, занимается подбором активистов для партии Единая Россия [6]. Также мобилизацией электората может служить агитация членов партии своих знакомых, родственников, в данном случае показателем будет пример партии «Единая Россия» и их программа «Партийной мобилизации». В рамках «Партийной мобилизации» действует политическая технология «1 + 5», суть которой сводится к тому, что каждый член партии агитирует и приводит на избирательный участок в день голосования не менее пяти избирателей. Данная технология признана политтехнологами весьма эффективной, но только если присутствует хорошая ресурсная база [4].

Структура новых сетевых политических сообществ отличается в организационных и мобилизационных процессах от партий традиционного типа, например, одной из их отличительных черт является добровольность участников акций. Представителями такого рода сообществ являются различные гражданские объединения, ориентированные

на прямое участие граждан-активистов в решении социальных, бытовых, экологических проблем. Примером такого сетевого сообщества «Добрая машина правды» блогера и политика А.Навального, где обычные социально активные граждане борются с коррупцией властных органов и бездействием исполнительной власти в решении проблем населения (как пример, проблема ремонта дорог в регионах, мониторинг которой проводит проект «РосЯма» — одно из ответвлений «ДМП»). Другими примерами являются различные сетевые сообщества, пытающиеся институционализироваться с помощью регистрации партии и дальнейшего участия в выборах, но использующие в своем политическом арсенале совершенно новые технологии, ориентированные на людей активно пользующиеся интернетом и мобильным контентом (например, «Пиратская партия России», которая до сих пор не зарегистрирована как политическая партия). Особенно эффективно действуют экологические объединения, устраивая эко-бунты, парализующие местные власти в вопросах вырубки лесов и т. п. («Экологическая вахта по Северному Кавказу», «Движение в защиту Химкинского леса») [3].

Методы структурной мобилизации новых сетевых сообществ в политике:

1. SMS-акции и twitter-акции, которые заключаются в организациях акций и митингов при помощи SMS- и/или twitter-рассылки [1]. Частным случаем twitter-акции является twitter-моб – флешмоб, представляющий собой координацию людей в определенном месте посредством социальной сети «twitter», например, организация митингов «За честные выборы» [2].

2. Распространение информации в интернет-сообществах и на электронные адреса почтовых сервисов, организация дискуссии и планирования различных акций в социальных сетях.

3. Видеосопровождение своих акций и дальнейшее транслирование видео на видеохостингах в сети Интернет. Данный метод привлекает большое внимание граждан к рассматриваемой проблеме, а при силовом ответе властей привлекает аудиторию людей, которые до этого и не интересовались проблемой (пример, движение «СтопХам» против нарушения правил парковки автомобилей).

Проанализировав организационные ресурсы в обоих типах политических структур можно сделать вывод, что мобилизационный ресурс новых сетевых политических сообществ наиболее эффективен, но в данный момент направлен на узкую группу людей, которые интересуются политической жизнью именно через интернет-пространство и доверяют информации из него. Всего таких граждан в РФ пока около 22%, против 71% лиц, предпочитающих следить за политикой из традиционных СМИ [7]. Можно сделать вывод, что пока традиционные партии могут вовлекать в мобилизационные процессы больше своих сторонников из-за ориентации на традиционные СМИ, однако, наметилась тенденция утраты своих позиций в организационной сфере в связи с ускоренным ростом интернетизации страны и постепенной потерей эффективности таких политических технологий, как принудительная организация митингов.

## **Литература**

1. Каневский М. Мобильный дозор. OSМыСливая политику. М., 2006.
2. Лекторова Ю.Ю. Политические коммуникации в сетевом ландшафте: акторы и модели взаимодействия. Автореф. дисс. ... канд. полит. наук. Пермь, 2011.

3. К зарождающейся волне нано-бунтов в России: что с ними делать // Информационно-аналитический проект «Однако» // <http://www.odnako.org/blogs/k-zarozhdayushcheysya-volne-nano-buntov-v-rossii-cto-s-nimi-delat>
4. «Партийная мобилизация» в действии // Сайт Карельского регионального отделения Всероссийской политической партии «ЕДИНАЯ РОССИЯ» // <http://karel.er.ru/news/2013/7/1/partijnaya-mobilizaciya-v-dejstvii>
5. Пиар и выборы: комментарии экспертов // Политическая Информационно-Образовательная Социальная Сеть // [http://piooss.net/blog/management\\_and\\_pr/298.html](http://piooss.net/blog/management_and_pr/298.html)
6. Накануне: довыборная мобилизация и "новый Путин" // Сайт Калужского регионального отделения Всероссийской политической партии «ЕДИНАЯ РОССИЯ» // <http://old.kaluga.er.ru/news/more/3077>
7. Онлайн и офлайн: откуда получают информацию россияне // ВЦИОМ // <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=114345>