

Секция «Социально-политическая активность современной молодежи: ценностное, организационное и технологическое измерения»

Политическая активность молодёжи в мессенджере Telegram

Научный руководитель – Левченко Илья Евгеньевич

Устюгов Антон Евгеньевич

Студент (бакалавр)

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н.Ельцина,
Уральский гуманитарный институт, Екатеринбург, Россия

E-mail: Azurigan@mail.ru

За последние 20 лет сети Интернет охватили весомую долю населения Земли. Сейчас пользование социальными сетями является обыденностью. Удобство и скорость получения информации через социальные сети на порядок выше, чем у газет и телевидения. Социальные сети оказывают влияние, в первую очередь, на молодежь - социальную группу, которая, по мнению многих исследователей, является наиболее социально активной и подверженной влиянию, что позволяет манипулировать ее сознанием и оперативно мобилизовать для достижения каких-либо целей. Молодежь становится стратегическим ресурсом для государства в виртуальном пространстве [1].

По данным портала «Mediascope» (Период: июль 2019 - декабрь 2019; Возраст: 12+), 96 млн человек в России пользуются Интернетом ежемесячно. Среди них 18% - это мужчины и женщины в возрасте от 12 до 24 лет; 23,5% - от 25 до 34 лет; 20,5% - от 35 до 44 лет; 38% - от 45 лет и старше. Средний пользователь проводит в Интернете 188 минут в день. При этом суточная активность в интернете у молодёжи значительно выше, чем у лиц старше 45 лет (208 и 175 минут соответственно) [3]. Схожие данные также показывают исследования портала «GfK Russia». По их данным за 2019 год, 90 млн россиян в возрасте старше 16 лет активно используют Интернет [2].

Отдельно стоит выделить стремительно набирающую популярность социальную сеть - «Telegram». Несмотря на блокировку данной социальной сети на территории РФ, за последние два года в «Telegram» зарегистрировалось около 15 млн пользователей, по данным сайта «Tgstat». Основной возраст аудитории «Telegram» - 25-34 (38%) и 18-24 (27%) лет, из них 67% мужчин и 33% женщин. Что касается распределения пользователей по регионам, то в тройку лидеров входит - Москва (35,6%), Санкт-Петербург (13,3%) и Свердловская область (3,3%). И хотя «Telegram» широко известен именно благодаря политическим каналам, в сфере политики задействовано всего 1% опрошенных. 60% пользователей «Telegram» получили высшее образование, еще 14% сейчас учатся. Каждый десятый опрошенный имеет неоконченное высшее образование, еще 8% на данный момент получили только среднее образование. 80% опрошенных читают в «Telegram» новостные каналы. Более половины пользователей подписаны на развлекательные и образовательные каналы, каждый второй узнает из «Telegram» новости «своей индустрии», а каждый третий - читает каналы блогеров. На политические каналы подписаны около 45% опрошенных [4].

В пятёрку самых крупных Telegram-каналов в сфере политики входят - «Сталингулаг» (463 тыс.), «НЕЗЫГАРЬ» (291,5 тыс.), «Дабл Ять» (214,9 тыс.), «Бойлерная» (203,6 тыс.) и «Крем» (166,7 тыс.). Средний охват всех вышеперечисленных каналов (т.е. количество просмотров одной публикации за день) составляет около 485 тыс. просмотров в день. Среднее количество постов у данных Telegram-каналов различается. «Сталингулаг» в среднем публикует всего 6 постов в неделю, «НЕЗЫГАРЬ» - 36 постов в день (большая часть из них - репосты из других Telegram-каналов), «Дабл Ять» публикует 6 постов в день, «Бойлерная» - 8 постов в день, «Крем» - 13 уникальных постов в день.

В настоящее время у ряда каналов происходит медленный отток подписчиков. У «Сталингулаг» он составляет 242 отписки в день, у «НЕЗЫГАРЬ» 41 отписка в день, у «Дабл Ять» 636 отписок в день. У «Бойлерная» отписок практически нет, а вот у канала «Крем» идёт стремительный прирост - 675 подписок в день. Связано это с тем, что «Крем» был создан относительно недавно и только набирает свою аудиторию. Отметим, что данный отток подписчиков является нормой, потому что в среде оппозиционных сил России не происходит крупномасштабных событий. Когда же начинается подготовка к крупным митингам и протестам, охватывающим большую часть регионов страны, приток подписчиков у политических Telegram-каналов резко возрастает.

Основной тематикой данных каналов является освещение актуальных политических событий в стране и мире («Крем», «Бойлерная», «НЕЗЫГАРЬ»), а также высказывание своего мнения («Сталингулаг»). Существуют также каналы, где приоритетным является развлекательный контент («Дабл Ять»): высмеивание многих известных политических лиц страны. Однако все вышеперечисленные каналы объединяет одно - приверженность к оппозиционным и либеральным взглядам, которые выражаются в резких высказываниях, по отношению к действующей власти. Данные Telegram-каналы активно пропагандируют участие молодёжи в оппозиционных митингах и одиночных пикетах.

Объективно оценить охват аудитории каналов из-за блокировки «Telegram» в России не представляется возможным. При этом многие пользователи не испытывают никаких проблем с данной блокировкой, указывая на удобство использования данного мессенджера по сравнению с другими социальными сетями. Учитывая быстрые темпы роста числа пользователей «Telegram», данный мессенджер может стать эффективной площадкой для ведения на ней политической пиар-компании молодых и оппозиционных кандидатов. Их лозунги провозглашают усиление гражданского общества, защиту прав человека, борьбу с безработицей и повышение качества образования - все, что привлекает на их сторону новое поколение россиян.

Исходя из статистических данных, можно сделать вывод о том, что социальными сетями преимущественно пользуется молодёжь (около 40%). Самой быстрорастущей на данный момент социальной сетью является «Telegram» (Около 15 млн пользователей за 2 года). Среднестатистический пользователь «Telegram» - Юноша с высшим образованием, имеющий оппозиционные и/или либеральные взгляды, занимающий активную гражданскую позицию. Политические лидеры, учитывающие эти параметры, имеют возможность эффективно организовать свои пиар-компании, завоевывая симпатии молодежной аудитории.

Источники и литература

- 1) Антонов Г.К. Роль социальных сетей в коммуникативной системе современной политики // Электоральные процессы в современной России: материалы Всероссийской научной конференции. СПб., 2017.
- 2) GFK Russia: <https://www.gfk.com>
- 3) Mediascope: <https://webindex.mediascope.net>
- 4) Tgstat: <https://tgstat.ru>