

Секция «Технологии цифровой коммуникации и искусственного интеллекта в современной политике»

**Анализ «партийности» крупных виртуальных политизированных сетевых сообществ в современной России (на материалах социальной сети «ВКонтакте»)**

**Научный руководитель – Баранов Андрей Владимирович**

*Цесарский Алексей Алексеевич*

*Студент (магистр)*

Кубанский государственный университет, Факультет управления и психологии, Кафедра политологии и политического управления, Краснодар, Россия

*E-mail: cesarsky@yandex.ru*

В настоящий момент, развитие интернет-технологий способно заместить собой важные аспекты сфер общества. В том числе, данная тенденция не обходит стороной и политическую сторону общественной жизни.

Отечественные исследователи [1] давно обращают внимание на внедрение в интернет-среду не только официальных политических сил, но также появление в этой среде полностью виртуальных сообществ, которые позиционируют себя как политические силы. Речь идет о так называемых «виртуальных партиях» или «киберпартиях». Места появлений таких сообществ различны, в основном, они локализованы в интернет-средах, которые технически могут собирать множество пользователей для совместного общения.

Одним из популярных мест такого характера являются социальные сети, по причине наличия соответствующего функционала, позволяющего пользователям площадки не только общаться напрямую, но и взаимодействовать в группе. В России на данный момент одной из самых популярных социальных сетей является «ВКонтакте» [2], которая имеет все технические возможности для формирования сообществ пользователями, в том числе - и на политические тематики.

В ходе исследования, включавшего в себя программную обработку и фильтрацию материала социальной сети (критерии от 5000 человек участников, поиск по ключевым словам политического характера), был получен массив данных политических сообществ в количестве 349 сообществ. Из них только 20 первично можно считать виртуальными партиями, основываясь на названии как на публичном способе самопозиционирования сообщества.

Итоговая выборка показала, что 4 сообщества на данный момент являются неактивными, в них не публиковались посты сроком давности от 1 года до 11 лет. Из оставшихся 16 сообществ трое являют собой группы, где публикуются мемы различного идеологического содержания, как «правого», так и «левого» характера. В том числе, направленные на уничтожение оппонента по противоположному флангу политического спектра (например, «ГОСПАРТИЯ АМК | Коммунистический Бред» [3]). Но такие сообщества не являют собой политическое сообщество, которое можно определить именно как целенаправленное политико-идеологическое движение.

Оставшиеся 13 политизированных сообществ с количеством подписчиков от 5704 до 75229 пользователей, наиболее подходят под определение политической партии. Несмотря на то, что они существуют, в основном, только в сфере виртуального пространства, у них имеются атрибуты, характеризующие их как непосредственно политическое движение. К таким атрибутам можно отнести как символику, так и имеющиеся идеологически-программные принципы. В том числе - устав, а также страницы региональных отделений, которые в силу малого размера пользователей не поместились в выборку.

По идеологической характеристике из представленных в выборке сообществ только 8 можно определить как всецело идеологические. Так, можно отнести к относительно «правым» 6 групп (например, «КОНСЕРВАТИВНАЯ ПАРТИЯ РОССИИ» [4], «Партия ПРАВАЯ РОССИЯ» [7] и т. д.), а к относительно «левым» всего две («РЕВОЛЮЦИОННАЯ РАБОЧАЯ ПАРТИЯ (РРП)» [10], «ОБЪЕДИНЁННАЯ КОММУНИСТИЧЕСКАЯ ПАРТИЯ | ОКП» [5]). Остальные не имеют идеологической окраски и специализируются на отдельных вопросах общественной жизни, которые стараются защитить или бороться с ними («Партия Сухого закона России» [8], «ПАРТИЯ ПАРТИЯ | ШУЕ» [6], «Пиратская партия России» [9]).

Таким образом, можно отметить, что в сфере социальной сети «ВКонтакте», относительно слабо выражено политическое сообщество пользователей в аспекте создания именно политических сетевых партий. Особенно тех, для которых характерно, действительно, не просто контент-изготовление в социальной сети, но также в аспекте специализированной деятельности, присущей именно партиям. Речь идёт о рутинной работе, а также о процессе мониторинга такой деятельности в ленте социальной сети через подписку со стороны пользователя. Стоит предположить, что такая тенденция связана с тем, что аудитория пользователей (в основном молодые люди) переходит в политические сообщества иного рода, более богатого различным контентом или говорящим с молодежью на их «языке». Такие сообщества могут декларировать политическую повестку различной идеологической тематики, обозревать новости и генерировать различный политический контент (в том числе с активным участием самих подписчиков) с помощью изображений, видеоизображений, подкастов, а также иных средств, привлекающих внимание пользователей.

#### Источники и литература

- 1) Сморгун Л. В. Сетевые политические партии // Полис. Политические исследования. 2014, №4. С. 21-37.
- 2) VK: [www.vk.com](http://www.vk.com).
- 3) VK: [www.vk.com/public195719707](http://www.vk.com/public195719707).
- 4) VK: [www.vk.com/kprussia\\_ru](http://www.vk.com/kprussia_ru).
- 5) VK: [www.vk.com/okp\\_rf](http://www.vk.com/okp_rf).
- 6) VK: [www.vk.com/partiarobotov](http://www.vk.com/partiarobotov).
- 7) VK: [www.vk.com/pravross](http://www.vk.com/pravross).
- 8) VK: [www.vk.com/szakon](http://www.vk.com/szakon).
- 9) VK: [www.vk.com/pp\\_ru](http://www.vk.com/pp_ru).
- 10) VK: [www.vk.com/rwp\\_rwp](http://www.vk.com/rwp_rwp).