

Секция
«Социальное конструирование в цифровой медиасреде»
Сессия 2

Шариков Александр: На экран не выводится картинка, здесь-то я вижу, да. Тем не менее давайте, чтобы времени не тратить, я просто буду смотреть на свою презентацию, которая здесь видна, а на экран почему-то она не выводится. Отцом-основателем этого направления считается Пол Гилстер, который опубликовал в 1997 году книгу под названием “Digital literacy”, американский исследователь. И в течение довольно-таки длительного времени эта книга была единственной, которая в общем, ну как, ее открыли, как некое событие, но, скажем так, большого развития не было, очень медленно вот это нарастание шло. Но потом, как я уже сказал, очень много работ появилось, и если зайти на сайт библиотеки конгресса, каталог книг, то можно насчитать там больше сотни уже книг на английском языке, которые за этот период были написаны. Уже разные подходы, разные концепции появляются и так далее и тому подобное. Теперь, что еще интересного можно по этой теме сказать. Так вот как раз Пол Гилстер. И этот график был сделан мною несколько месяцев назад уже, готовил выступление на одну из конференций, не поленился посчитать, показав, сколько книг было выпущено в тот или иной период по этой теме. Но здесь я хочу сделать вот какую ремарку, хоть и единичного характера. Дело в том, что понятие «грамотность» очень часто вместе с каким-то прилагательным появляется и находит широкое распространение, когда появляется некоторое время его социально определенного если хотите порядка. И если первоначально много-много сот лет назад понятие «грамотность» связывалось с умением читать и писать, считать, навыки чтения, письма и счета, то где-то уже с 20 века, с середины, появилось огромное количество направлений, которые имеют информационно-коммуникационную природу и которые говорят о том, что необходимо формировать соответствующую грамотность, вот. Что за этим стоит с точки зрения теории? За этим стоит, что образование и культура – это вещи, неразрывно связанные и образование выступает механизмом воспроизводства и производства культуры. То есть культура дословно – это от слова «вращивать», да, что такое культура – это что-то растет, и не просто говорят о сельскохозяйственной культуре, это то, что растёт, понимаете. Это надо выращивать, за этим надо ухаживать, это надо как-то обеспечивать, и образование выступает вот как раз тем самым механизмом, который позволяет культуре, во-первых, воспроизводить самое себя и, во-вторых, добавлять еще что-то, то есть добавлять еще какой-то компонент развития. Теперь, когда мы говорим о медиасфере, то мы часто произносим слово «медиаобразование», и, собственно, это направление – оно о чем? Это механизм производства и воспроизводства медиакультуры, развития медиасферы. Вот именно в таком контексте трактовал цифровую грамотность Пол Гилстер. Потому что в цифровую эпоху, а цифровая эпоха у нас начинается, ее зачатки – это появление первых компьютеров еще в 20 веке, в середине. Вот это формирование цифровой грамотности выступает как необходимое условие развития цифровой культуры в том числе в медиасфере. Можно схематично представить так: когда-то на заре книгопечатания возможно было развитие этой культуры – культуры чтения, культуры книг, культуры изданий печатных. Только тогда это возможно было, когда возникала вот эта вот некая безграмотность, то есть надо было готовить

грамотных людей, которые умели читать и писать. И тогда только культура эта могла развиваться. Это такой, очевидный момент, и вот тогда говорили о письменной грамотности. Теперь наступает 20 век, точнее, еще в 19 какие-то элементы начались, когда возникло очень много направлений – фотография, звукозапись, кинематограф, радиовещание, телевидение – вот это вот все имеет отношение к культуре, которую принято называть аудиовизуальной культурой, но потом стали обобщенно называть все это медиакультурой. Под словом «медиа» понимая множество разных средств, и вот возникли соответствующие направления, такие, как визуальная грамотность, кинограмотность, аудиовизуальная грамотность, и в конце концов стали говорить о медиаграмотности. Дальше, когда началась компьютерная эпоха и компьютеры стали уже общедоступными, то появилась, соответственно, компьютерная грамотность и информационная грамотность. Здесь я хочу обратить внимание на один момент, на который мало кто обращает внимание. Вот если вы попытаете построить график пользования интернетом и компьютерами в зависимости от возраста, и сегодня мы видели некоторые цифры, правда там не было детализированных возрастных распределений, но вот если это сделать детально, то что мы можем увидеть? Мы можем увидеть, что резкий спад пользования интернетом по возрастному основанию начинается где-то около 50 лет, до этого, в общем, достаточно много людей пользуется. Выдвигая гипотезу, которую можно проверить, можете что-то еще, о том, что этот провал был связан с тем, что начало обучению компьютерной грамотности и информатики – оно было институционализировано в советском союзе, точную дату можно назвать введения информатики в школе – 1985 год. Вот тогда это произошло, информатика стала предметом, обязательным для школы. Значит, что такое 1985 год? Это люди, причем в старших классах это было введено, это люди, которые родились так около 1970 года. Прибавляем 50 лет, и мы получаем что? Только те, кому сейчас за 50, испытывают огромную трудность с приобщением к компьютеру, к интернету и так далее. То есть, не про всех, конечно. Есть люди, которые смогли это преодолеть. Понятно, что многие имеют образование математическое, в жизни приобщились. Но вот этот вот провал, как мне кажется, он в значительной степени связан как раз с этим тезисом о связи образования и культуры. И наконец, появляется интернет. Собственно, слово «цифровой» одно время использовалось. Вообще, это на самом деле не очень удачный термин, что такое «цифровой» – непонятно. Это импульсная технология, технология дискретного способа передачи сигнала в электротехнике, в радиотехнике, которая обрела вот такую метафорическую форму – «цифровая», и ее синоним, который долго время бытовал параллельно – «электронная» грамотность, «электронное правительство» даже до сих пор еще говорят, электронная культура и так далее. Но сейчас вот слово «цифровой» победило и чаще употребляется. Как я уже сказал, в России мы начинаем сталкиваться с этим словом с 2010 года, с понятием «цифровая грамотность», и вот первые публикации, которые мне удалось разыскать - может быть, были и иные - это вот автор Кокшарова, Кокшарова, которая в журнале «Физика в школе» написала статью про уроки физики интегрированные с ИКТ, и там вот как раз – ИКТ – это информационно-коммуникационные технологии – и вот там как раз фигурирует понятие «цифровая грамотность», и автор Кузнецова, которая тоже писала про школу, но здесь уже компьютерная аддикция, то есть привязанность к компьютеру, зависимость компьютерная у младших школьников. Детали обратили внимание системы образования прежде всего. И вот эти две статьи – они собой символизируют два ключевых подхода,

две парадигмы, даже можно так сказать. Одна парадигма – она индустриальная, то есть что-то мы используем как-то, а другая парадигма – она идет от человека, гуманитарный характер носит, психологический, культурологический, социологический, и она говорит о том, что есть потребность общества в освоении какой-то новой технологии и ее социальной адаптации. Вот это вот принципиальный момент. О первой книге если сказать, она принадлежит группе исследователей под руководством Галины Владимировны Солдатовой, очень известного исследователя, психолога, которая разработала свою концепцию, книга называлась «Цифровая грамотность и безопасность в интернете», о чем сегодня уже был замечательный доклад коллеги из Нижнего Новгорода. И вот если такую же динамику, как на англоязычной литературе, проследить по нашей уже базе данных, в принципе, мы видим опять такое очень быстрое нарастание публикаций, особенно сильный скачок мы наблюдаем после 2016 года в 2017 году. Почему? Потому что руководство страны, лично президент, объявили курс на развитие цифровой экономики. Вот здесь слово «цифровой» уже стало ключевым и появилось огромное количество проектов по цифровизации и теперь это уже такое мощное направление. Если говорить о подходах, которые существуют в исследовательском поле, касаемо вот этой цифровой грамотности, то в самом грубом варианте можно выделить примерно 5 этих подходов. Одни из них можно описать, как ИКТ-подход, то есть дальше, чем развитие каких-то конкретных компетенций, информационно-коммуникационных компетенций речь не идет. Дальше, есть подход, который инициирован индустрией, интернет-индустрией, цифровой индустрией, теперь мы можем так уже говорить, и мы участвовали, вот как раз Сергей Геннадьевич был руководителем проекта, и Ольга Сергеевна Логунова, здесь присутствующая, участвовали в этом проекте и разработали индекс цифровой грамотности при участии еще РОЦИТа. Это региональный, как расширяется?

Модератор Давыдов Сергей: Региональный общественный центр интернет технологий.

Шариков Александр: Да, Региональный общественный центр интернет технологий. Запомню. Вот это вот индустриальный подход, и он основан на идее ИКТ и как раз основан на том, что индустрия сама может развиваться тогда и только тогда, когда население будет осваивать вот эти компетенции. То есть без компетентного населения развитие цифровой экономики и вообще цифрового общества, любые определения и понятия здесь к слову «цифровой» еще добавить, оказываются невозможны. И альтернативные подходы гуманитарного такого характера – это концепция цифровой компетентности Солдатовой и ее коллег, дальше есть еще концепция медийной информационной грамотности, сокращенно МИГ называется, ЮНЕСКО, которая у нас тоже активно разрабатывается целой группой исследователей под руководством Евгения Ивановича, он как координатор выступает. И то, что мы сегодня слушали Игоря Леонидовича Задорина и его коллег из «Циркона», они скорее вот в этой парадигме работают, чем в другой, хотя может быть их можно выделить, как отдельное направление. Теперь, значит, их можно обозначить соответственно, как индустриальная парадигма и социокультурная парадигма. И обобщая множество кроме перечисленных подходов, удалось в рамках нашего проекта предложить некую новую модель, но она уже относительно новая, потому что ей уже 4 года, но все равно в историческом масштабе это сравнительно новая вещь, 4-компонентная модель, которую мы построили следующим образом: во-первых, мы противопоставляем социо-гуманитарное и технико-

технологическое направления и по вертикальной оси – это ось развития. Что-то развивается, нечто может препятствовать этому развитию, а нечто может способствовать. Отсюда у нас получается на одном полюсе возможность – это ускорение развития, на другом угроза – то есть препятствие этому развитию. Вот в таком понимании можно выстроить очень много интересных вот этих проектов. Если там говорить о более конкретном наполнении этих, вот этого пространство, то, например, в социо-гуманитарном поле содержательно-коммуникативные подходы многочисленные, общение в интернете, в соц.сетях – вот это всё элементы этой компетентности, умение создавать тексты разного типа, медиатексты, видео, аудио и так далее, фотографии пересылать другим – короче говоря, здесь очень большой набор компетенций, и в то же время здесь есть нижняя часть – это то, что относится к области социо-психологической безопасности, к этике, соблюдению норм и так далее: не выкладывать в интернет компрометирующую информацию, не провоцировать других, не поддаваться на провокации, понимать опасность и так далее. А в правой части – это технико-эволюционные подходы, значит, здесь инструментальные вещи, которые постоянно нужно осваивать, потому что постоянно существуют инновации какие-то, нововведения, которые предлагают разработчики, и все больше, больше разговоры о безопасности на техническом уровне. Вот это примерное наполнение этого пространства. Но еще я хочу сказать, что с 2017 года появился новый вектор, который все больше и больше нас уводит в проблему такого финансово-экономического что ли характера, потому что интернет становится такой мощной площадкой экономического развития и все больше статей появляется, которые связывают цифровую грамотность с финансовой грамотностью, с финансово-экономическими вопросами и так далее. Построение индикаторов – последнее, о чем я хочу сказать, наша команда дружно этим занималась, в большей степени Сергей Геннадьевич и Ольга Сергеевна, чем я, я больше другим занимался, но хочу сказать, что методологическая сложность состоит в невероятно высокой динамике, то есть как только мы вроде как сформулировали индикаторы какие-то, проходит год-полтора, и уже появляются какие-то новые, которые надо учитывать, но это требует непрерывного такого мониторингового подхода, который теоретически, на самом деле, плохо очень осмыслен. Вот здесь большую работу надо проделать в том числе теоретикам, которые тоже этим хотят заниматься, поскольку иначе мы не сможем операционализировать вот эту возможность измерения уровня цифровой грамотности. На этом я хочу завершить, спасибо.

Ведущий: Спасибо, Александр Вячеславович. У нас тут какие-то технические трудности возникли, но надеюсь, что мы их преодолеем. Наш следующий докладчик – Ольга Сергеевна Логунова, доцент Высшей школы экономики, которая расскажет про поиск партнеров, цифровые практики использования Тиндера в России.

Логунова Ольга: Добрый день, уважаемые коллеги. В продолжении темы цифровой грамотности я бы хотела представить результаты нашего исследования, которые были посвящены самопрезентации пользователей в Тиндере. И вот как сказал Александр Вячеславович, постоянно появляются какие-то новые показатели, которые хочется включить. В нашем индексе цифровой грамотности не было ничего про поиск партнера через интернет, например, хотя, возможно, в 2019 году мы уже в качестве цифровой компетенции могли бы попробовать или по крайней мере обсудить, нужны ли нам такие компетенции для того, чтобы говорить об этом. Для начала хотела бы представить

несколько цифр, которые в принципе говорят о практике знакомств. По данным ВЦИОМа с 2013 по 2018 год как это ни странно уменьшается количество людей, которые знакомятся через интернет, социальные сети и сайты знакомств. Но вот следующий вопрос, который задавался уже в 2018 году, говорил и спрашивал о том, как вы считаете, эффективно ли такое взаимодействие и такой поиск сегодня, получились результаты, на мой взгляд, довольно любопытные. Среди тех, у кого был личный опыт подобного рода знакомств, 58% считают, что это эффективно, а вот среди тех, у кого такого опыта не было, соответственно, 57% считают, что это опыт неэффективный. То есть, мы видим эту самую дихотомию, которая есть. К сожалению, данных о разбивке по возрастам и полу делать не стали, поэтому вот, собственно, несколько цифр, которые можно найти сегодня. Если. Давайте так, есть ли в аудитории те, кто знают, что такое Тиндер, чтобы мне понять, насколько долго задержаться в описании того, как же работает это приложение? Все знают, да? Слышали и читали, тогда я очень кратко, чтобы были понятны основные факторы того, как, собственно, приложение устроено. Мы проводили исследование в 2018 году, поэтому будут некоторые такие оговорки, потому что приложение постоянно меняется при взаимодействии с пользователем и улучшается. Вот на тот момент что важно: Тиндер – это приложение, которое предлагает вам партнеров и важно, что поиск происходит по геолокации. Быстрая регистрация, при намерении зарегистрироваться можно было только профиль в фейсбук, сейчас это можно сделать еще и по номеру телефона. Что давал фейсбук, и в данном случае, это достаточно любопытно с точки зрения как раз вот тех социальных процессов, которые мы наблюдали: в тот момент, когда вы говорили, что да, партнер мне нравится, вы могли видеть, есть ли у вас с ним общий круг друзей, коллег, или это одноклассники, или еще какие-то группы для того, чтобы предположить, где, собственно, в каком пространстве вы находитесь. Максимально профиль, который можно сформировать, можно было сформировать, состоял из 6 фотографий, причем часть из них притягивалась автоматически с фейсбук, и 500 символов для того, чтобы описать себя, для того, как вы, собственно, хотели бы рассказать о себе. И, собственно, интерфейс – он максимально прост. У вас есть два варианта: либо вы свайпите вправо и говорите, что да, либо вы, соответственно, говорите, что нет. Что еще? В тот момент, когда мы используем это приложение, у нас есть, собственно, два способа самопрезентации, которую мы можем использовать или не использовать, но тем не менее текстовый индивидуальный формат, это опосредованность коммуникации, которая происходит, и у нас есть возможность подумать, отвечать, что отвечать, когда отвечать или не отвечать. Безусловно, геймификация, мобильность, синхронность и все, что так привлекает нас в цифровизации. Изначально мы начинали исследование с истории самопрезентации, и здесь, собственно, с социологической теории можно рассматривать довольно многое относительно того, как пользователь представляет себя. В соответствии с этим мы использовали 2 метода, но сразу оговорюсь, да, и это в общем то, чтобы не было много вопросов, и мы обсуждали какие-то содержательные вещи. Безусловно, методология представляет из себя кейс, мы проанализировали 400 профилей, у нас было 2 группы мужских и женских профилей в двух возрастных группах. Мы брали только заполненные профили, то есть для нас было важно, чтобы была фотография и чтобы обязательно был текст, потому что пустых профилей, полузаполненных - их достаточно много, но с нашей задачей самопрезентации это было просто неинтересно. После того, как мы проанализировали, мы провели глубинные интервью с тем, чтобы посмотреть, каким же

образом происходит процесс поиска партнера и как его, как про него говорят сами пользователи.

Если говорить про количественные показатели. Прекрасно. То что любопытно: женщины по сравнению с мужчинами менее охотно рассказывают о себе при помощи изображений. 39% женских профилей содержат только одну фотографию, тогда как 47% мужских заполнены с точки зрения визуального контента полностью. Но при этом фотографии женщин чаще содержат изображение собственно персоны, достаточно много селфи по сравнению с мужчинами, этим обеспечивается как раз преобладание крупного плана по отношению к среднему. Кроме этого, существует еще несколько особенностей, которые нельзя сказать, что являются типичными, но довольно часто встречаются. Женские фотографии – они, как правило, показывают пользователя, мы чаще всего видим, хотя достаточно много таких концептуальных фотографий, с юмором, с отсылками для того, чтобы пользователь понимал сразу, с кем имеет дело. Если говорить про мужские профили, то достаточно часто складывалась такая ситуация, когда не совсем было понятно, кто, собственно, является, как выглядит потенциальный партнер. Очень показательны фотографии групповые, которые у женщин не встречаются в принципе, то есть не было в женских профилях фотографий с лучшей подругой или еще с какой-то женщиной, такого не было. А в мужских профилях и мужские компании, и пара мужчин, которые, в общем-то, не очень понятно, то ли тот, на кого показывают, то ли тот, который показывает – герой наш, вот такие любопытные наблюдения. Несмотря на большое количество фотографий, не всегда можно было понять, кто же является пользователем. Но я хочу оговориться: мы анализировали только первую фотографию. В профиле может быть 6 фотографий. При помощи контент-анализа мы анализировали первую фотографию, которая выбиралась пользователем в качестве основной. Это то, что вы видите в тот момент. Для того, чтобы посмотреть дальше, вы должны нажать, заинтересоваться. А вот заинтересовались вы или нет – это, собственно, и вопрос. В тот момент, когда мы обсуждали с пользователями, а как же, собственно, проходит этот выбор, как происходит отбор фотографий, почему такие, почему это важно, здесь сразу же началось такое противостояние стратегий, с одной стороны, стратегии самопрезентации, как мы хотим представить себя и выглядеть, а с другой стороны, стратегии отбора вашего потенциального партнера, то есть вот как, насколько важно для вас, чтобы была фотография, что мы хотим увидеть на этой фотографии, что было бы интересно, в каком случае это «да», в каком случае это «нет». Здесь мнения на самом деле практически единогласны, потому что всем хочется как можно больше информации получить на этом первом этапе, чтобы посмотреть, есть ли смысл смотреть дальше или нет. Если говорить про текст, то, что, собственно, пишут о себе, то мужчины опять более красноречивы, они пишут больше, длиннее, используют не только русский язык. Достаточно большое количество, по крайней мере по геолокациям в центре Москвы, достаточно большое количество профилей на английском, французском, испанском и прочих других языках, довольно часто в профиле встречается сразу два языка, что с точки зрения пользователя расширяет поиск потенциального партнера. Кроме того, английский профиль не всегда говорит о том, что автор – носитель другой культуры и языка. Это просто как раз тот самый способ презентации, который выбирает пользователь в данный момент. Позитивная и негативная самопрезентация с точки зрения того, как пользователи говорят о себе, как они рассказывают: «я красивый» или «я», скажем так: «я симпатичный» или «у меня неплохой характер». Мужчины чаще всего

использовали положительную такую вот оценку, женщины были более самокритичны. Кроме того, на предыдущем, по-моему, слайде это было, достаточно большое количество профилей используют эмодзи, причем многие умудряются из этого способа визуального общения создать целые картины и рассказать о себе, составить практически анкету, и вот в конце я покажу данные, которые в 2018 году презентовал сам Тиндер, мы посмотрим, какие эмодзи в России наиболее популярны. Они тоже это видят и знают. Что здесь интересно? Для пользователей крайне важно, что написано. У нас в качестве одной из гипотез было предположение о том, что пользователь формирует поиск, задавая информацию о том, что же он ищет. К сожалению, в 70% профилей не написано о том, собственно, кого же ищут пользователи, какие цели, для чего, каким образом это будет использовано. Запросы со стороны мужчин и женщин, здесь, наверное, что называется, без сюрпризов: красота и юмор, и характер – со стороны женщин. Если говорить про формат записей, то на предыдущем было тоже про язык, а не про стиль. Убежала диаграмма, простите. Я тогда озвучу цифры, здесь должна была диаграмма быть про то, насколько серьезно или несерьезно пользователи пишут о себе. Около 60% в среднем, и мужчин, и женщин пишут в серьезном формате о том, и это довольно частая история – рост, вес, знак зодиака, семейное положение, количество детей, абсолютно на полном серьезе, даже если это выражено при помощи эмодзи. Женщины чаще используют такой прием, как провокация, хотя здесь, конечно, было довольно тяжело градировать, ну вот так получилось, а мужчины чаще используют такой способ как (неразборчиво 33:15), собственно, запрос на который они озвучивают. Если говорить про то, как это происходит, то те самые длинные сообщения, которые чаще всего интересно читать, возможно, здесь как раз та самая геймификация и начинается, когда вы, собственно, просматриваете и представляете себе, можно выделить, по результатам интервью у нас так получилось, что существует на самом деле 2 основных стратегии отбора, собственно, каким образом происходит поиск. Достаточно простые, но вот внутри уже происходят изменения. Одна стратегия, собственно, называется, что называется, «сверху», когда вы отбирает все профили, которые вам показывают. И, соответственно, в тот момент, когда вы получаете ответный свайп, вы, соответственно, уже производите более детальный подход, и чаще всего таким образом производят отбор мужчины. А вот женщины изначально просматривают профиль, читают, рассматривают фотографии, то есть на первом этапе производят отбор, а затем уже, соответственно, высылают этот сигнал мужчине. Что является ограничением нашего исследования, собственно, основным? Это отсутствие информации о том, каким образом устроен алгоритм Тиндера, каким образом формируется тот профиль партнеров, который мы с вами видим, какие цели преследует приложение: для того, чтобы мы там долго искали, для того, чтобы мы нашли, для того, чтобы мы использовали платные функции для более точного поиска. Тиндер в России публично в конце 2018 года по странам представил данные относительно того, собственно, какой портрет в каждой из стран получался, это типа популярных профилей, самые популярные виды спорта. Здесь, конечно, странно, что не футбол на первом месте, потому что как раз всплеск использования, про это довольно много писали, пришелся на наше мега спортивное событие. И последнее, о чем бы хотелось порассуждать и по diskutieren и что интересует нас сегодня – это те барьеры использования, с которыми пользователи сталкиваются. Те самые барьеры при взаимодействии с технологиями. Каким образом происходит взаимодействие и что является сложностью в данном случае, в трансформации тех цифровых практик, которые

у нас есть, и мы, собственно, этим и занимаемся в рамках кампании, простите, в рамках команды. Если вам тоже интересны такие темы и, может быть, даже в зале есть наши читатели нашего телеграмм - канала, буду рада обсудить эту тему, которая сейчас, наверное, более даже актуальна. Спасибо.

Ведущий: Спасибо, Ольга Сергеевна. Наш следующий докладчик. Прошу прощения, много заминок. Ольга Николаевна Руссова, доцент Северного арктического федерального университета имени Ломоносова, директор Центра социальных измерений «Фокус». Тема доклада: «Социология социального протеста, взаимодействие акторов в контексте социальных медиа». Сейчас я помогу.

Руссова Ольга: Большое спасибо, уважаемые коллеги, за предоставленную возможность. Я тоже была практически на всех Грушинских конференциях и очень рада видеть, как растет конференция, и мне действительно кажется сегодня, что (спасибо, Сергей Геннадьевич), действительно сегодня кажется, что это вот лучшая наша российская площадка для прикладных исследований. Тема моего доклада – она связана, сейчас немножечко вернемся, чтобы вы понимали, о чем будет идти речь. Протесты, которые изучали мы, они связаны с реализацией мусорной реформы в Российской Федерации, и Архангельская область – одна из тех 15 субъектов федерации, которые не вошли в мусорную реформу с 1 января 2019 года, реформа была отложена на полгода, возможно, мы войдем в нее с 1 июля 2019 года, но протестные настроения и протесты очень яркие идут с лета прошлого года. Почему мы вообще занялись этим исследованием? Дело в том, что Архангельская область продемонстрировала очень, еще год назад она даже не попадала в первую десятку протестных, так называемых протестных территорий, но с лета этого года ситуация кардинально изменилась. И сегодня в Архангельской области в декабре-январе работало огромное количество социологических компаний: уважаемая Высшая школа экономики, здесь присутствующая, ВЦИОМ, у которого мы находимся в гостях, колл-центр 24, много региональных центров. Огромное количество исследований, мы получили даже усталость в поле, но при этом все эти исследования носили закрытый характер. При том, что массовость протестов все время увеличивалась, мы посчитали необходимым провести исследование, которое будет открыто, чтобы продемонстрировать. Вот знаете, недавно в одном из последних интервью у Познера с Михаилом Горшковым как раз прозвучала такая мысль, директор института социологии РАН сказал о том, что общество должно знать про самое себя, должно видеть себя в зеркале. Вот с этой целью мы решили провести исследование, которое планировали сделать публичным уже по ходу сбора материалов, исследование было размещено на платформе Monkey и все наши респонденты могли сразу в онлайн увидеть результаты исследования. Что мы получили, в чем уникальность и чем я хочу с вами поделиться? Если кто-то из вас проводил онлайн опросы, вы меня поймете сразу. Представьте: за 10 дней нашего опроса, это была запланирована неделя до Всероссийской акции протеста 3 февраля и неделя после Всероссийской акции протеста. За 10 дней мы получили более – внимание – 4 тысяч респондентов. Более 4 тысяч. При том, что, когда мы должны сделать репрезентативный онлайн опрос или другой опрос по Архангельской области – это 600-800, здесь мы получаем 4 тысячи респондентов. И поэтому, конечно, возникает вопрос, кто вообще к нам пришел в наше исследование. Если вы были на прошлой Груше или смотрели ее материалы, то там был прекрасный такой, знаете, к размышлению доклад Марии

Макушевой, который назывался, вот у меня тут ссылочка «Интернет-опрос как методологическое неизвестное». И вот мы решили посмотреть, кто эти люди, которые пришли к нам в опрос – эти 4000 человек за 10 дней. И мы, да, мы согласны с тем, что выборка в онлайн никогда не будет вероятностной, мы это понимаем, да, это не соответствует классическим правилам. Возможность перевзвешивания не меняет ситуацию, мы понимаем. Если кто-то из вас регулярно перевзвешивает, мы видим, что последнее время перевзвешивание сильно не меняет нам картину, все в пределах погрешности. Но здесь перевзвешивание вообще нам не поменяло картину. Проблема самоотбора, саморекрутирования, то есть к нам пришли, в наш опрос пришли как сторонники мусорных полигонов. Да, для понимания – в Архангельской области планируется 2 новых мусорных полигона. Один полигон на станции Шиес, туда планируется везти Московский мусор за тысячу с лишним километров, брикетированные твердые коммунальные отходы из Москвы, и второй полигон на станции Рикасиха. Вот два таких слова – Рикасиха и Шиес. И к нам пришли в опрос люди, которые против этих полигонов и которые защищают эти полигоны. Проблема смещения из-за выбора площадки вконтакте. Для нестоличных, скажу так, не буду употреблять слово «провинциальных», скажу «нестоличных» регионов вконтакте является очень мощной информационной и организующей площадкой. Для сравнения, если мы возьмем какие-то крупные паблики, которые есть в Архангельской области вконтакте и сравним их зеркало в фейсбуке, мы обнаружим, например, там крупнейшее предприятие Архангельской области Севмаш имеет 17 тысяч подписчиков вконтакте и всего около 400 в фейсбуке. Поэтому эта площадка – да, смещение есть, но это то, где мы можем вообще найти своего респондента. Кроме того, мне кажется, вообще наш кейс, он, знаете, иллюстрация ко всему тому, о чем сегодня говорилось на нашей секции. Это как раз иллюстрация к тому, как поменялось медиапотребление. Это иллюстрация к тому, как люди вообще коммуницируют, знакомятся, все формы манипуляции и медиаобразование тоже. Я не буду всё здесь подчеркивать, но такой момент, представьте: 45 вопросов, 45-ый открытый, и мы получаем 63% респондентов, которые отвечают полно и развернуто на 45-й вопрос. Вы понимаете, о чем идет речь? Это уникально. Мы сами были, это, знаете, какая-то социологическая эпидемия. Мы думали, что, переходящая, просто эпидемия. Вот эта вот виральность нашего опроса, чем она была вызвана? Она была вызвана, во-первых, остротой темы. Во-вторых, за счет такого шлейфа секретности этой темы, я специально сегодня произнесла 2 таких названия – Рикасиха и Шиес, потому что эти понятия, они, понимаете, стерты из публичного диалога. Я сейчас летела сюда на Грушу, и две центральные газеты Архангельской области «Правда Севера» и «город Архангельск», в обеих газетах полные два подвала, два разворота на эту тему – ни в одном нет упоминания слова Шиес, ни в одном. И вот эта вот секретность некая такая, она привела к нам в опрос всех тех, которым не хватает информации. Я очень задержалась на этом слайде, дальше я буду чуть быстрее и остановлюсь на последних трех. Для примера один еще живой слайд, вот смотрите, это же какая красивая живая социология. К нам пришли люди. Да, у нас был маркерный вопрос: те, кто посещали митинг 2 декабря и те, кто не посещали. Обратите внимание: 50 на 50. Ровно тех, кто посещал, и тех, кто не посещал. А по сферам занятости, посмотрите, как красиво все это легло, как нам четко показывает всю нашу картинку. И что интересно, обратите внимание, сколько к нам пришло пенсионеров – много больше, чем студентов. Вот этот поколенческий разрыв. Мы ожидали, что у нас будет масса

студентов и где-то мы будем потом уже искать в поле пенсионеров. Друзья, мы получили обратную ситуацию. Этому надо, конечно, найти еще объяснение, и у нас есть свои представления на этот счет о том, что. Но те студенты, которые к нам пришли, они более радикализированы, чем все остальные группы, они готовы к несанкционированным действиям в отличие от взрослого населения. Обратите внимание, когда вы проводите опрос и ищите бизнес, как трудно их найти. Малое предпринимательство – посмотрите, какие высокие цифры, промышленность, и в промышленности больше тех, кто ходил на митинги, чем те, которые не ходили на митинги, то есть такие вот маркеры живые, которые позволяют нам сравнить эти данные с другими данными наших же опросов не в онлайн, а полевые исследования, и мы обнаружили прямую и очень классную корреляцию. Что мы получили? Интересная картинка, что те, кто ходит на митинги, оказались людьми, у которых индексы идентичности территориальные много выше, чем у тех, которые на митинги не ходят. То есть это портрет человека, заинтересованного в жизни в этом регионе, но при этом у них индексы все остальные – например, социальная напряженность, настроения, политической или экологической ситуации – много ниже, чем у остальных респондентов. Было много развернутых вопросов, много разных подходов, в том числе и показатель социального самочувствия, а они все снижены по сравнению с нашими же замерами полевыми в декабре. И думаю, вот такой слайд вам будет интересным, который показывает тоже уровень социального самочувствия, но по разным когортам: мужчины, женщины, возрастные, поколенческие, через доход, через протестную активность. И мы видим, что да, при том, что уровень идентичности у протестующих много выше, чем у остальных, но при этом индекс социального самочувствия – он у тех, кто посещал митинг, где-то на 10% ниже, чем у тех, кто митинг не посещал. Личный протестный потенциал, вот здесь вот красной чертой графиком показано, обратите внимание – молодежь, самый низкий протестный потенциал личностный, но при этом самый высокий мы имеем среди возрастов – это поколение 55-64, вот те люди, которые неожиданно пришли к нам в опрос, которые по версии Александра Вячеславовича, да, они не учили в школе информатику, но тема привела их к нам в опрос и я думаю, что на этой теме, сейчас я покажу, их информационная грамотность тоже повысилась. Взаимодействие авторов. Здесь у нас сейчас будет, наверное, доклад по поводу гендерных моментов, да? Будет у нас такой доклад? По поводу гендерных аспектов онлайн активности.

Модератор: К сожалению, его не будет.

Руссова Ольга: А, его не будет. Тогда немножечко скажу, что наш опрос показал феномен участия женщин возраста 35+, то есть основной массив активистов – это женщины 35+, 40+ и это приводит их в протестную активность в связи с будущим их детей и здоровьем, в связи с моральной стороной вопроса, они очень переживают этот кризис недоверия власти, и их высокий уровень образования и отсюда очень конструктивный вид их активности. Три последних слайда – три факта о протестном движении. Первое – участие в акциях протеста, а я скажу, что было 4 митинга и сейчас идет подготовка к пятому митингу 7 апреля в Архангельской области – участие в акциях становится все более целенаправленным и мобилизованным. При этом, смотрите, 85% наших респондентов готовы участвовать в последующих митингах. 23% готовы стать активистами, помогать в организации. И, смотрите, когда нам говорят, что может быть непонятно, кто к вам пришел в опрос, если мы посмотрим общероссийский показатель, то оказывается

ВЦИОМ январь 2019 года общероссийский показатель 28%, а в Архангельской области это 77%. Но когда мы смотрим по, спасибо ВЦИОМ, который вывешивает свои массивы, смотрим там глубоко, мы видим определенные закономерности. Растет понимание эффективности протестного движения и завершилось формирование групп лидеров протестного движения. Единого лидера здесь не требуется, но лидеры формальные – они стали более узнаваемы, а неформальные лидеры очень быстро формализуются через группы в социальных сетях. Три факта о социальной инженерии в социальных сетях. Первое: социальные сети стали площадкой для перевода протеста в политическую плоскость, с одной стороны. С другой стороны, сами модераторы групп, они ограничивают переход дискурса в политическую сферу, они удерживают эти группы в экологическом и правовом поле. То есть вот здесь такой парадокс: сам формат социальной сети, где это действие инициируется, оно же является и удержанием. Второе – это вот о том, когда нам сегодня говорили о визуализации. Смотрите, социальная сеть оказалась прекрасным средством графического, знакового и символического оформления протеста, а именно: аватарки как способ самоидентификации, при этом это лакмусовая бумажка свой-чужой. Эти аватарки, аватары – это отдельная тема исследования, думаю, что прямо не хочется это упускать, это еще мы сделаем, то есть целая волна значков, наклеек, плакатов, собственные рукописные плакаты, растиражированные дизайнерами плакаты. Цветовая гамма отражает тональность: сначала красный, сегодня некоторая острота уходит и поэтому сегодня уже к 7 апреля, к этому митингу аватарки поменялись частично на зеленые, то есть как бы снижение градуса. И третий момент: лозунги как маркеры мотивации. Очень четко по лозунгам. У нас был вопрос по лозунгам: «Какой лозунг вы поддерживаете?», мы их считали с фотографий, и, собственно, сами фотографии. Оказывается, что анализ лозунгов визуальный и количественный показывает четкие поколенческие приоритеты. А именно: молодежь – требование изменений и запрос на будущее детей, старшее поколение – сохранение природы, родных мест, красоты родины и так далее. При этом политизация лозунгов и изменение уровня обращения от первых протестных акций муниципального уровня, муниципальных обращений к федеральным обращениям сегодня. Вывод: протест радикально меняет информационное поведение населения и явно изменяет его информационную грамотность. И последнее: три точки консенсуса. Позиция исследователей – открытость и обмен результатами. Вот масштабный. Я думаю, что в моей исследовательской жизни такого повтора не будет. Я не верю, что когда-то еще к нам в опрос за 10 дней придет 4 тысячи человек, не верю. Но этот отклик – это символ абсолютно четко выраженного коммуникативного разрыва между населением и муниципальной, региональной и сегодня я уже думаю федеральной властью. Позиция власти – это расширение диалога и восстановление доверия. Но точка в возможности диалога в какой-то степени упущена, и сегодня количество переговорных кейсов, которое зашкаливает, власть очень старается, но это количество сегодня не переходит в качество. И позиция протестующих – референдум, это политическое поле, в котором они удерживаются и предлагают конституционную форму решения острого вопроса, которое способно снять напряжение в Архангельской области – это референдум. Спасибо, коллеги, за внимание.

Модератор: Спасибо. И сегодняшнее заключительное выступление, Елена Александровна Белик, аспирант Кемеровского государственного университета, выступит

с докладом на тему: «Возможности социологической диагностики латентной деятельности террористических организаций в интернете».

Белик Елена: Добрый день, уважаемые участники конференции. Я представляю вашему вниманию доклад на тему: «Возможности социологической диагностики латентной деятельности террористических организаций в интернете». Перед началом презентации я прошу обратить внимание на слайд, текст расположен на экране. Системное распространение процесса виртуализации на все сегменты социальной структуры общества влечет за собой трансформацию социальных, экономических, культурных отношений, доминирование мультимедийной культуры над традиционной. Повсеместное применение новых коммуникационных технологий перемещает большую часть нашей жизни в виртуальное пространство. Однако возможности трансформированного социального пространства могут использоваться для достижения совершенно различных целей – не только положительных, но и деструктивных. В условиях немедленной видимости особенно результативным становится распространение сообщений и концепций, мотивирующих к участию в террористической деятельности. Под влияние радикализации, массово распространяющейся в интернете, равно подпадают как мужчины, так и женщины. При этом роль последних может заключаться не столько в участии, собственно, в самих террористических актах, хотя сейчас количество таких преступлений увеличивается, сколько в сопровождении терроризма. Для вашего внимания представляются обложки журнала «Аль Шаника», это в переводе с арабского «Величественная женщина», который издается террористической организацией «Аль Каида». Журнал этот прозван «Космо джихад» по аналогии с журналом «Космополитан», и содержит советы по красоте и моде вперемешку с советами по использованию поясов смертников, интервью с женами террористов и рекомендациями, как растить детей, готовых отдать свою жизнь за веру. Через интернет также распространяется журнал Inspire, с английского «внушать», он направлен на мужчин. В условиях непрерывной онлайн коммуникации пропаганда как средство контроля, направленного на изменение стандарта социального поведения тем более эффективна в отношении молодежи. Вашему вниманию представляется интервью уроженца Грозного, могу сказать сразу, что его психологические характеристики – это довольно благополучный молодой человек, получивший образование, имеющий работу, семью, жену и ребенка, которого долго они с женой ждали. Тем не менее, вот иллюстрация его вербовки. Прежде всего путь в джихад начался у него с видеороликов, которые приходили к нему по вайберу, в вотсап, в социальные сети. Полный текст его интервью представлен на слайде. Последствия пропаганды, которая обрушилась на него через интернет – это вступление в тематическую группу, он списался с ребятами, которые находились в Сирии, через полгода подумал, если бы с ним такое случилось, наверняка ему кто-то бы пришел на помощь, поэтому поддавшись этим настроениям, он уехал. Приведу немного статистики: в 2018 году 99 учеников и студентов вузов России стали фигурантами уголовных дел об экстремизме. По словам главы следственного комитета Бастрыкина, из 894 экстремистов 282 – это молодые люди, большая часть которых была завербована в соц.сетях и чатах, являющихся главным инструментом вербовки. Специфика интернет-пространства заключается в возможности практически безграничного его наполнения визуальными образами и символами, обеспечивающими трансляцию информации и идей, а также выполняющими функции укрепления групповой солидарности. И даже если деятельность группы не достигает своей номинальной цели, которую позиционируют ее

руководители, то это не означает, что влияние символов не является эффективным. Результативность латентных функций символики заключается в достижении поставленных целей: готовности сражаться за идею, принять распространение идеологии террора, в увеличении нетерпимости к другим этническим группам и тому подобное. В качестве примера приведу данные властей США, согласно которым несколько тысяч американцев потребляют пропаганду исламского государства онлайн. В докладе «Игил в Америке: от ретвита до райта», который был опубликован университетом Джорджа Вашингтона, были проанализированы учетные записи почти 400 американских последователей Игил. Было установлено, что социальные медиа играли решающую роль в их радикализации. Даже такая незначительная деталь, как аватарка, Ольга Николаевна в своем докладе об этом упоминала, у них тоже схожи – это зеленая птица, так называют погибших террористов-смертников, синий лев – популярный исламский символ храбрости или черный флаг исламского государства. На мой взгляд, в интернете создаётся новая социальная среда, в которой неприемлемые взгляды и поведение могут быть нормализованы за счет кажущейся несущественности, нематериальности происходящего. При этом на первоначальной стадии девиантное поведение носит характер латентного и может быть выявлено в том числе в процессе социологической диагностики, позволяющей скорректировать точки напряженности и спрогнозировать отдаленные последствия террористической деятельности. В качестве примера могу привести результаты работы Центра изучения этноконфессиональных конфликтов и противодействия экстремизму в молодежной среде, который был создан на базе Кемеровского государственного университета. С 2015 года Центром на постоянной основе проводится мониторинг экстремистских проявлений настроений среди молодежи в возрасте от 12 до 26 лет. Точками напряженности определены приверженность или положительное отношение к деструктивным религиозным или псевдорелигиозным культам, позитивное отношение к публичной демонстрации нацистской атрибутики или символики, положительное отношение к идеологии национализма и несколько других. Полный перечень представлен на слайде. Полученные данные по состоянию на конец 2017 года свидетельствовали о росте показателей положительного отношения к славянскому язычеству и национализму, по состоянию на сентябрь 2018 года установлено отсутствие у более половины респондентов конфессиональной идентичности, что свидетельствует об уязвимости их для пропаганды деструктивных идей на религиозной основе. Изменение условий развития современного общества влечет за собой возникновение новых задач для социологов, в том числе это содействие формированию среды, исключающей интернет-поддержку терроризма, использование средств верификации контента не может в полной мере нивелировать террористические угрозы и пропаганду, поскольку интернет состоит в том числе из множества замкнутых систем, проникнуть в которые сложно, и возможно диагностировать, только находясь извне. При таких обстоятельствах возможности социальной диагностики должны использоваться для определения сущностной характеристики явлений и процессов, а результаты социологического вмешательства – иметь практическое воплощение в том числе путем формирования безопасного пространства, в котором возможность террористической деятельности будет сведена к минимуму. Спасибо за внимание.

Модератор: Спасибо. У нас завершилась программа основных докладов. Если кто-то из участников дискуссии, которые регистрировались на развернутую реплику, подошел и хочет выступить, то сейчас это можно сделать.

Реплика из зала: Здравствуйте, тему данной конференции и в социологи некоторые такие вопросы подчеркнуть. Во всяком случае поднять вопрос о некоей связи между цифровой грамотностью и грамотностью речевой, языковой. Как они между собой связаны и имеет ли смысл вообще рассматривать эти аспекты в контексте развития современной молодежи, потому что мы наглядно видим то, что многие дети, подростки, которые выпадают из социальных отношений и из того круга общения, где в основном используется речь для взаимопонимания, для отношений, они уходят в интернет. То есть в интернете они как бы находят себе пристанище, там двигаются по интересам и в конце концов могут попасть как в террористическую какую-то компанию, так и. Во всяком случае, там некое пространство, куда интересы современной молодежи в большей степени направлены, это, в общем, никто не отрицает. Поэтому вот здесь мне кажется очень важным обратить внимание на особенности развития речи и на то, что нас обобщает в контексте этой речи. Что дает нам возможность понять друг друга. Вот это понимание возможно благодаря тому, что у нас существует общее фонетическое пространство. То есть оно нами не ощущается, вот как магнитное поле, мы его не видим, но в структуре языка структура фонетических сочетаний – оно достаточно объективно определяет наше сознание, наше восприятие, наши интересы и это особая тема и особое направление, которым мы занимаемся – это психолингвистика, и она позволяет при специальном анализе выделить те болевые точки развития как общества нашего в целом, как изменяется структура языков у тех или иных народов, как особенности речи проявляются в развитии тех людей, которые в психологическом плане достаточно сформированы и реализуют себя в той или иной деятельности. И как их деятельность, которая существует и сформирована индивидуально, психологически, включить в те социальные отношения государства, общества и ту область дальнейшего видения и понимания развития нашей страны. Вот это я бы хотел подчеркнуть. Спасибо большое за внимание.

Модератор: Спасибо. Коллеги, мы переходим к сессии вопросов и ответов. Можно адресовать вопросы либо всем докладчикам одновременно, либо кому-то из них по желанию. Пожалуйста, кто хотел бы начать?

Реплика из зала: У меня вопрос к Ольге Сергеевне, спасибо большое за очень интересный доклад. В своем докладе вы говорили, что анализировали информацию людей, зарегистрированных в приложении, и что зачастую у них информация представлена не на русском языке, а либо на двух – на русском и на английском, либо чисто на английском или любом другом иностранном. Является ли это свидетельством того, что люди, зарегистрированные в данном приложении, ориентированы на поиск партнера, являющегося гражданином не России, а другой страны? Спасибо.

Логунова Ольга: Можно еще раз повторить?

Реплика из зала: Является ли факт двуязычия в информации ориентацией на то, что люди хотят найти партнера из другой страны?

Логунова Ольга: Сложно сказать, потому что у нас, собственно, исследование не предполагало, скажем так, поиска связей между успешными парами и тем, как они про себя рассказывают. Поэтому у нас просто здесь нет данных. Единственное, что я могу сказать – что действительно есть некий такой стереотип о том, что в этой среде довольно большое количество иностранцев мы можем наблюдать. Но вот в тот момент, когда мы

фиксируют и считали, получилось, что да, есть профили на английском языке, но не все они принадлежат собственно иностранцам. Спасибо.

Реплика из зала: Во время чемпионата мира по футболу проводили?

Логанова Ольга: Нет, нет, это было до, поэтому.

Реплика из зала: Это пик был.

Логанова Ольга: Да, это правда.

Реплика из зала: У меня вопрос последнему докладчику, Елена Александровна, вы сказали такую фразу, что у более половины респондентов фиксировалось отсутствие профессиональной идентичности. Хотелось бы узнать, на основе какого вопроса вы это фиксировали.

Белик Елена: Спасибо за вопрос. Был в анкете вопрос, который звучал: «Определите, пожалуйста, свою профессиональную принадлежность» и несколько вариантов ответа либо свой ответ, и на этот вопрос отвечали респонденты. Более половины не ответили на этот вопрос.

Реплика из зала: Уважаемые коллеги, спасибо за интересную вторую часть как продолжение первой. Меня зацепило, когда я читала эту секцию, постановка вопроса: особенности социального конструирования и кто является субъектом социального конструирования. Прямых ответов не было, хотя у меня есть некие обобщения. Так вот вопрос каждому: по вашей теме кто все-таки субъект этого конструирования: цифровой грамотности, безопасности, чтобы не попасть под влияние Игил, субъект протестного настроения и далее? Спасибо.

Модератор: Кто хотел бы начать?

Шариков Александр: Спасибо за вопрос. Когда мы говорим о цифровой грамотности в том контексте, в котором я давал презентацию, имелось в виду как такое явление макросоциального что ли порядка. Потому что здесь получается не один субъект, здесь получается множество субъектов. Дальше этих субъектов, эти субъекты мы можем разделить на несколько категорий. Значит, одна категория – инициаторы цифровой грамотности, откуда они идут? Вот в нашем исследовании, которое я упоминал в школе экономики совместно с РОЦИТ, субъектом выступил рынок, то есть это крупные предприниматели, интернет-компании, которые предлагают какие-то инновации только они понимают, они не могут внедрить эти инновации, потому что люди не владеют некими компетенциями. Отсюда субъектность получается исходит из, скажем так, руководителей этих интернет-компаний. Дальше – субъектом может быть общество и субъектом могут быть те люди, которые вдруг осознают, что в этой среде, в этой развивающейся среде, необыкновенно сложной, многомерной, начинают теряться, и первое, на что мы обращаем внимание в тех концепциях, опять-таки, которые я упоминал – это родители относительно своих детей. Они видят, что дети попадают. Значит кто здесь субъект? Субъект, получается, часть родителей, не все, конечно, потому что они понимают, что нужно что-то объяснять, нужно как-то образовывать в этом плане, и здесь вопрос глубже, чем просто обучение простым технологическим операциям. Это проблема этики, проблема отношений между людьми такого психологического характера и так далее, то есть здесь возникает намного более широкий круг вопросов, но вот эту сторону очень хорошо разрабатывала Солдатова Елена Владимировна со своей

командой, есть очень мощная концепция и большое количество работ на эту тему, написано несколько книг, поэтому я отсылаю к ней, кого этот момент интересует. Дальше субъекты федеральные, потому что ваш покорный слуга входит в экспертную комиссию Роскомнадзора, которая стали блокировать, вот эти ужасные сайты, распространявшие призывы к самоубийствам. Значит, я хочу сказать, власть выступает субъектом, который тоже понимает, что просто запретами, просто вот этими блокировками проблема не решается. А вот образование – это очень сильный фактор, который может не до конца, но позволяет, способствует решению этой проблемы. Поэтому здесь говорить о каком-то едином субъекте мы не можем. Речь идет о системе, и о системе очень сложной, но для нас все-таки это очень новая вещь, понимаете. Если с обычной грамотностью несколько сот лет уже люди разбираются и, наконец, разобрались, как обучать письму, чтению и так далее, то вот с этими вопросами до конца не ясно. Но я могу только в добавок что сказать: что каждое вот это новое поколение грамотностей, о которых я говорил – и обычная такая письменная грамотность, и аудиовизуальная, медиаграмотность, теперь цифровая, компьютерная, интернет и прочее – вот они как бы накладываются друг на друга, это вот еще в добавок к реплике, которая сейчас прозвучала от коллеги, что это не одна какая-то вот вырванная компетентность или там грамотность, а это система, которая выстраивается, начиная с самых простых вещей. И поэтому здесь этот вопрос, он требует изучения, он требует операционализации, это совершенно новая для нас ситуация, она не решена. Это та проблема, которую как раз вот, я думаю, многие из здесь присутствующих с интересом будут решать.

Руссова Ольга: В нашем случае здесь достаточно все очевидно, субъектами социального конструирования являются пользователи социальных сетей, с одной стороны, и модераторы тематических групп, с другой стороны. Последний слайд моей презентации как раз говорил о точках консенсуса среди авторов протестного движения и туда же мы включаем исследователей, которые позиционируют свои результаты в социальных сетях. Это, собственно, участники социальных протестов, и это власть, которая коммуницирует с участниками социальных протестов, в том числе через социальные сети. Как вы знаете, все муниципальные образования имеют свои странички. И в общем диалог там очень интересный, часто жесткий, но он хорошо модерируется, поэтому до насилия пока не дошло.

Логунова Ольга: Продолжая тему про пользователей, в моем случае субъектом, безусловно, являлся пользователь. Я бы хотела обратить внимание на проблему определения пользователя сегодня, которую мы имеем, потому что если говорить про измерение пользователей интернет, то мы, собственно, знаем месячную, недельную аудиторию, которая представляет из себя ответ на вопрос: «Использовали ли вы интернет хотя бы один раз за последний, там, не знаю, месяц?» Безусловно, в эту категорию попадает очень большое количество разнообразных субъектов, если говорить про наш вопрос, которые нужно определять через, возможно, те социальные практики, которые они производят, те действия, которые соответствуют, и здесь множество типологий представлено, меня, тем не менее, занимает вопрос относительно того, а вот если мы определяем пользователя через те действия, которые он производит в интернете, с этой точки зрения бот, например, тоже является пользователем, причем достаточно активным, потому что он может производить этих действий достаточно много. И мы вот в этой нашей интернет-аудитории, которую измеряем, не знаем, кто там внутри. Поэтому проблема

скорее для меня субъекта в данном случае - это проблема пользования и не пользования и тех различных категорий, которые мы там уже наблюдаем. Спасибо.

Белик Елена: Субъект, на мой взгляд, в каждом конкретном случае определяется той объективной действительностью, которая сложилась по какому-то определенному вопросу. В любом случае для меня субъект – это то лицо, которое исполняет какие-то действия, направленные на урегулирование этой ситуации. Поясню это таким образом, что к вопросу в принципе социальной инженерии для меня роль социолога заключается не просто действительно в оценке какой-то ситуации. Применительно к теме моего доклада все-таки роль социолога – это не столько помощник сотрудников правоохранительных органов, в этой части наши действия должны быть параллельны, они должны совпадать, поскольку в их обязанности тоже входит превентивная функция, предупреждение террористической деятельности и пропаганды в интернете прежде всего с помощью своих специальных средств. А роль социолога как раз заключается в определении тех слабых мест, точек напряженности, как они были названы в моем докладе, с целью обратить внимание именно для предупреждения этой деятельности, поскольку на этом этапе, когда это только точка напряженности, она не может быть видна, не может быть каким-то образом купирована способами, которые имеются в распоряжении правоохранительных органов. Поэтому субъект зависит от объективной ситуации.

Дмитрий: Здравствуйте, Дмитрий, ВЦИОМ. У меня к Ольге Николаевне вопрос про те самые 4 тысячи людей, которые прошли опрос. Два вопроса. Первый: рекрут был ривер или панель? И второй: вы все-таки выставляли квоты или это была попытка сделать случайную выборку?

Руссова Ольга: Спасибо большое за вопрос. Да, смотрите, здесь было несколько моментов. Мы вообще по ходу своего исследования не то, что меняли технологии, нет, но мы подстраивались под них. Когда мы увидели, мы не ожидали такого отклика, и поэтому мы. У нас был план – собрать что-то в онлайн, а потом сделать в поле. Но когда мы получили за несколько дней более тысячи респондентов, мы поняли, что этот кейс как-то надо доводить до ума, и мы уже не тратили время на поле, а здесь начали следить за трафиком – как распространяется эта информация. Это вот отдельная тема для доклада. 112 групп участвовали, репостили нашу информацию, при этом из этих 112 групп только 10 видов, до 15% – это группы тематические, протестные группы. Все остальные – это огромные, от маленьких пабликов «Детский сад группа такая-то» до огромных пабликов городских. Плюс к этому мы получили несколько волн, и что интересно – что, собственно, такие, знаете, самые активисты протестные пришли к нам после того, когда мы представили на телевидении промежуточные результаты нашего исследования. У них степень недоверия была такая высокая, что они не заходили, они находятся в таких жестких условиях, в такой борьбе уже полгода, что они не откликались на наше исследование. Плюс была уже усталость в поле, я говорила, ВЦИОМ, Высшая школа экономики, ФСО и так далее. И после презентации нашего исследования на телевидении к нам пришли как раз те, скажем так, закрытые как раз активисты. На первом слайде есть график по дням, кто приходил и сколько там, собственно, участников протестных акций и тех, кто не участвует. Кроме того, мы что потом делали – мы перевзвешивали и сравнивали модель населения сегодняшнего дня, свой массив. Кроме того, мы удалили, допустим, тех, кто так называемые респонденты быстрые, удалили тех, кто проходил наш

опрос менее 7 минут, 7 и меньше минут, их оказалось очень мало и не повлияло на результаты. И всякие другие математические методы. В общем, мы копали, крутили, еще до сих пор в этом состоянии наш массив, мы предполагаем его открыть и, может быть, он будет интересен не только нам.

Реплика из зала: Исследования. Активности Архангельской области. Планируете дальше?

Руссова Ольга: Спасибо большое. Мы не планируем больше делать онлайн опросы, мы сейчас занимаемся включенным наблюдением и изучаем визуальный материал, как раз то, о чем говорили здесь мои коллеги, огромное количество визуальных материалов, текстов, которые вот в этих формализующихся группах в социальных сетях появляются – это отдельное поле для исследования. Кроме того, надеюсь, что сейчас все-таки какие-то результаты проведенных исследований других организаций - они появятся где-то, и мы сможем сравнить.

Модератор: Еще вопросы?

Ширшова Ирина: Ирина Ширшова, волонтер. Очень интересная секция, огромное спасибо организаторам и все докладчикам. Вот что интересно. В своих исследованиях ориентируетесь ли вы еще на материалы, есть совершенно прекрасная книга «Новая власть», там речь как раз идет о технологиях работы в онлайн среде, и я полагаю, что это касается любого из вас, кто этим занимается. Свои исследования вы как-то накладываете на эти материалы? Вы выявляете какие-то закономерности и технологии для того, чтобы можно было, например, противостоять тем же террористам, ведь они используют по сути дела. Эту методу можно использовать как во благо, так и во вред. Вот эти закономерности вы как-то отслеживаете? Как-то вы можете сформулировать те технологии, которые возникают в результате этого всего, или это просто наблюдение за тем, что происходит, кто эти люди, как они взаимодействуют?

Логунова Ольга: Не совсем, наверное, в контексте этой книги, но сейчас задача моего кейса состоит в том, чтобы определить, каким образом складывается взаимодействие технологии и пользователя. И посмотреть на вот этот вот скорее циклический процесс изменений, адаптации с обеих сторон, каким образом это происходит. Но мы это видим постфактум. То есть те изменения, которые происходят в технологиях, про которые я сегодня рассказывала, мы видим это постфактум через изменения инструментов, которые доступны пользователю. Рекомендации – они скорее исходят от индустриальных исследований, которые проводятся для технологий заказчика.

Белик Елена: Я в своих исследованиях книгу, о которой вы говорили, не исследовала, но я хочу сказать, что последнее время очень много разговоров и споров происходит вокруг в принципе распространения символики террористических организаций, и существует элемент какого-то коммуникативного влияния, и необходимо ли наказывать так жестко за ее распространение, либо это просто какая-то несущественная картинка. На этой волне было легализовано законодательство, было ослаблено наказание по статье 282 и часть действий перенесена в кодекс административных правонарушений. Я могу сказать, что при всей негативной реакции населения на реальное либо условное наказание за распространение символики нацистских либо террористических организаций в интернете, полагаю все-таки, что такая символика имеет влияние на принятие решений. В своем докладе я попыталась об этом рассказать вкратце, большая часть об этом сказана в моих публикациях. Поэтому я считаю, что символика и вообще

визуальное представление имеет очень большое влияние на нашу жизнь, это, в общем-то, факт, который, наверное, уже не будет оспариваться. Но конкретно эту книгу я в своих исследованиях не использовала.

Руссова Ольга: Я могу долго разговаривать на эту тему, вообще это спор и дискуссия: социология должна только описывать или она должна выявлять причинно-следственные связи и рекомендовать. Хотелось бы, конечно, все эти три позиции иметь у себя, но не всегда это получается. На самом деле мы, в своём исследовании у нас была задача как-то понять социальный портрет – что это за люди, потому что здесь есть явный разрыв. Из официальных источников часто следует, что это маргинальные люди, и такие позиции, к сожалению, исходят от очень высокопоставленных представителей власти на региональном уровне, и поэтому чтобы показать, что это за люди и какие, насколько пролонгированы их действия, насколько они последовательны в своих действиях, через качественный анализ увидеть какие-то группы, бывшие, настоящие, действующие, активисты, бывшие, будущие. Как меняются их тактики в зависимости от того, к кому они обращают свои требования и так далее. У нас в нашем исследовании 3 блока: экологический блок, социальный блок (социальное самочувствие) и политический блок. Политический блок, конечно, это единственный блок, который, я думаю, что он не до конца репрезентативен к модели населения, но при этом в конкретной ситуации здесь и сейчас накануне и после митинга он вполне информативен для людей, принимающих решения.

Модератор: Спасибо.

Реплика из зала: Спасибо большое за исследования. Я просто, была очень большая работа проведена и действительно фокусирует мотивацию у людей в контексте этих проблем экологических, но здесь возникает следующий вопрос: как вы собираетесь дальше, будете ли вы с этой выборкой, с людьми, которые к вам обратились, дальше работать? То есть, что вы можете им предложить? И как те протестные движения, которые существуют, направить в благоприятное русло?

Руссова Ольга: Да, спасибо большое за такой вопрос. Конечно, мы несем определённую ответственность и очень серьёзную перед теми людьми, которые пришли к нам в опрос, но знаете, мы их никак не мотивировали, вот в чем фишка всего этого, этой ситуации: мы их не мотивировали. Мы не ожидали. На моей странице вконтакте размещено огромное количество, у меня магистранты, аспиранты. Огромное количество их ссылок на разные их опросы, мы понимаем, что всегда набирается легко 200-250, потом мы с помощью рассылок делаем до 400, эти 400 перевзвешиваем и все такое. Поэтому мы не ожидали такой реакции, понимаете? Но поэтому уровень ответственности, он у нас как исследователей очень высокий. Как мы отдаем свое спасибо нашим респондентам? Мы подготовили аналитическую записку для совета при президенте по развитию гражданского общества и правам человека, мы представили эти данные на экологическом форуме Архангельской области, мы где можно демонстрируем и публикуем эти результаты, для того чтобы в том числе и власть могла их использовать в принятии каких-то управленческих решений, и участники протестных акций могли аргументировать свою позицию в диалоге с властью. Поэтому это такой инструмент для двух противоборствующих сторон, скажем так, или не понимающих друг друга на каком-то этапе. Это вот такой элемент для диалога в том числе.

Реплика из зала: Здравствуйте. У меня вопрос к Ольге Сергеевне. Скажите, пожалуйста, удалось ли вам найти информацию по поводу того, сколько вообще успешных свиданий происходит у людей и какова вероятность того, что после первого свидания будет продолжение общения, назначено еще свидание в дальнейшем. То есть вообще насколько можно считать Тиндер успешным способом для нахождения партнёра?

Логунова Ольга: Спасибо за вопрос. На самом деле на эту тему достаточно много публикаций на Снобе, республике, на Афише. Мы можем прочитать те кейсы, которыми с нами делятся журналисты. А если говорить про данные, про которые вы спрашиваете, в 2016 году было проведено исследование. Он, значит, заводил ботов на предмет, собственно, взаимодействия внутри этого приложения и по результатам как раз высчитывал, какое количество откликов, кто кому первый пишет, пишет ли и так далее. Но это достаточно спорные данные, поэтому сложно говорить. Те какие-то моменты, которые удалось нам в данном случае отыскать – это скорее данные глубинных интервью и такие индивидуальные стратегии, которые мы можем искать и которые такие, скорее, очень дискуссионные. Всеми ли возможностями приложения мы пользуемся? Когда можно написать и когда мы напишем, в каком случае мы напишем первыми независимо от пола или будем ждать ответной реакции? Здесь достаточно много сценариев относительно того, кто, собственно, был инициатором взаимодействия, то есть это вы отправили и получили согласие или наоборот, где коммуникация начинается изначально, каким образом она получает некое поглаживание даже и вот эту вот ответную историю, наверное, вот так. Рекомендации мы в данном случае не давали.

Модератор: Еще вопросы? Если вопросов нет, есть еще один запрос на реплику по итогам, я с удовольствием предоставляю слово.

Уразалиева Гульшат: Уразалиева Гульшат Кулумжановна, РГГУ, Москва, социологический факультет. В прошлом году на восьмой Груше я выступала на секции с темой «Конструирование цифровой партии Ксении Собчак», это исследование есть, поэтому я целенаправленно пришла на эту секцию. Спасибо, коллеги, что вы ответили на мой так развернуто вопрос о субъектах, потому что это основная такая теоретическая тема моя, и я здесь увидела, как много дают для теоретического анализа вот такого рода великолепные эмпирические исследования. Что я поняла про то, на каком языке дискурс социологов и не социологов, говорящих на эту тему, как мы представлены в реальном международном пространстве. Ясно, что об этом говорит огромная замечательная отечественная традиция наших психологов, культурно-историческая психология, что субъектность формируется, конечно, в семье, в доме, в школе, в процессе воспитания, социализации, а социологи оперировали понятиями–актерами, и сегодня как раз в этих докладах было, что это большей частью акторы, потому и новые социально-демографические и прочие группы, протестные, ищущие партнеров, вовлекающие в протестные, террористические группы, обучающие цифровой грамотности и вот то, что говорила Ольга Байша о России и Украине, о том, что в целом даже неправовая мысль достигла своего стеклянного потолка и не видит, как выйти из этого дискурса демократически единственно правильного мейнстрима. Демократы – это вот все как на западе, и за этим я вижу гораздо большую теоретическую проблему, это проблема вот та же самая: понимание того, как нынешние, как современные социологи, психологи, философы должны понимать, интерпретировать, что такое субъектность. И тут, мне кажется, позвольте сказать, что называется, жалко уйти, не высказав это, что уже и

Кастельс нам порой не помогает, и Грамши мы чувствуем границы, и почему-то мы стесняемся обратиться к классикам – Гегелю, Канту, Марксу, экономические философские рукописи 57-го года, где он говорил о трех типах социальных связей, и последний тип – это вот то, что представлено сегодня, свободная индивидуальность. Понимаете, вот у меня была такая статья о разнице между актерами и авторами что есть культурно-историческая психология. Сегодняшние доклады показали как раз, как четко работает эта цепь акторов в сетевом подходе, в классической социологии, потому что, как вы сказали, коллеги, таким актором может быть бот в телеграмме, таким актором может быть любой коллектив, те же террористы, которые скрываются. И вот в итоге и благодаря вашим докладам я сделала некую такую дихотомию, что субъект, представленный в реальном и виртуальном пространстве чаще всего индивидуализирован, персонифицирован, у него есть определенная реализация, он не чужаится самопрезентации, он целостный, у него есть определенные ценностные нормы, он не стесняется и говорит о своем гендерном статусе, он может быть и групповым субъектом, если вот задача такая стоит, и демонстрирует определенную культурную, информационную, цифровую грамотность и культуру. А вот не субъект, недосубъектность, попытка скрыть эту субъектность – это вот акторы в виде, это анонимность, это абстрактные аватарки, это отсутствие визуализации, это самопрезентация через другие символы, визуальные картинки, это некая коллективная идентичность, которая имеет деструктивное девиантное поведение, это невозможность определить гендерный статус, то есть это большей частью то, с чем современная социология работает, с актерами. И вот то, что я сделала, прямо что называется, на полях этого блокнота благодаря работе этой секции, каким-то образом уложила то, что во мне назревало, но тут большой плюс в качестве своего такого интеллектуального капитала, который я уношу, и этим Груша и хороша, что каждый год открываешь для себя новые грани. Спасибо большое.

Модератор: Спасибо. Уважаемые коллеги, если никто больше не хочет высказаться, то мне кажется, что на этой оптимистической и поднимающей нас всех ноте мы можем завершить наше заседание. Большое спасибо всем участникам. Мне кажется, что сегодня действительно удалось не просто показать кейсы, но увидеть и многообразие направлений исследований и методическое многообразие, и, самое главное – подняться чуть-чуть выше в понимании тех феноменов, которые мы сегодня обсуждали. Спасибо.

Реплика из зала: Я прошу прощения, я боюсь, мне не прислали форму для презентации. Можно сбросить?

Модератор: Я думаю, что это все не секретно и будет публиковаться, так что копируйте.

Реплика из зала: Просто чтобы формой потом воспользоваться.

Модератор: Возьмите.

Реплика из зала: Здравствуйте. Очень приятно вас всех видеть. Я часто читала ваши книги, я - социолог 4 курса, просто хотела поблагодарить вас, интересно было поучаствовать в секции. Спасибо, до свидания.

Модератор: Да, хорошо. Сейчас, извините, я отвлекся. Да, спасибо вам на добром слове.

Реплика из зала: Приятно познакомиться с вами.

Модератор: Спасибо.

Реплика из зала: Сергей Геннадьевич, я не могу не уйти без, я не знаю, комплимент это или нет, но вы – я сидела и любовалась – это портрет молодого Маркса. Вам говорили?

Модератор: Спасибо, мне говорят это иногда. Это не специально.

Реплика из зала: Нет, я просто вообще в этом смысле воспитана в марксистской философии, это мой любимый философ. И я: «Господи, ну надо же, живое воплощение, реинкарнация!».

Модератор: Я не старался.

Реплика из зала: Но я понимаю, но очень приятно.

Модератор: Но так получилось.

Реплика из зала: Я подавала доклад, в прошлом году отобрали, в этом году нет. Надеюсь, на будущих полях будем встречаться, спасибо.

Модератор: Да, с удовольствием. Спасибо. Да, замечательно, спасибо вам большое, что вы приехали.