

**Political mobilization in the Internet
on the example of activity of Alexey Navalny
Stroiteleva M. (Russian Federation)
Политическая мобилизация в Интернете
на примере деятельности Алексея Навального
Строителева М. С. (Российская Федерация)**

*Строителева Мария Сергеевна / Stroiteleva Maria - студент, бакалавр,
Южный Федеральный Университет, г. Ростов-на-Дону*

Аннотация: данная работа посвящена методам политической мобилизации, которые использует политик Алексей Навальный. Виды мобилизации разнообразны и нацелены на молодую интернет-аудиторию.

Abstract: the article analyzes methods of political mobilization used by the politician Alexey Navalny. Types of mobilization varied and aimed to a young audience.

Ключевые слова: политика, мобилизация, Интернет, аудитория, волонтеры.

Keywords: policy, mobilization, Internet, audience, volunteers.

Политическая мобилизация - привлечение политическим лидером группой или правительством материальных или людских ресурсов для форсированного достижения поставленных целей [1].

С помощью Интернет-ресурсов можно обеспечить организованное повседневное участие граждан в политическом процессе, ведь именно они обладают такими уникальными характеристиками как оперативность, вседоступность и интерактивность [2]. По нашему мнению, одним из самых ярких политических «мобилизаторов» является Алексей Навальный. Алексей Навальный - политик и общественный деятель, занял второе место на выборах мэра Москвы, один из лидеров оппозиции. Не имея доступа к контролируемым государством СМИ, информирует и агитирует посредством альтернативных каналов - блога в «Живом журнале» и «Твиттера». По итогам исследования компании «Медиалогия» Навальный занял второе место по цитируемости блогеров за 2015 год. Специфика заключается в том, что Навальный использует множество разнообразных типов мобилизации для реализации своих политических задач. Мы выделили пять задач:

1. Распространение политической информации. Навальный снял фильм про семью генпрокурора Ю. Чайки и призывал аудиторию распространять этот фильм в Интернете. «Мы хотим, чтобы каждый посмотрел этот фильм. Помочь нам просто: отправьте ссылки друзьям и знакомым, посоветуйте им посмотреть/прочитать. Бросьте ссылки в свой мессенджер или корпоративную рассылку. Поделитесь в своих социальных сетях и напишите пару слов о том, что сами думаете об этом» (здесь и далее цитаты Алексея Навального из «Живого журнала»). Результат: фильм посмотрели около 3,5 миллионов пользователей.

2. Производство политической наружной рекламы. Политик призывал интернет-аудиторию придумать макет наклейки на машину для протестующих дальнобойщиков. «Наклейка должна повышать политическую цену, которую заплатят за своё зло инициаторы и лоббисты «Платона»». Результат: на конкурс пришло больше 200 работ, в опросе за лучший макет в «Живом журнале» Алексея Навального приняло участие больше 10 тыс. пользователей.

3. Собрать 100 тыс. подписей за обращение в Госдуму. «Призываю всех объединиться, для того, чтобы добиться двух простых вещей: 1. Ратификации Россией 20 статьи Конвенции ООН против коррупции. 2. Введение в Уголовный кодекс РФ понятия «незаконное обогащение». Что я имею в виду, когда говорю «давайте объединимся»? Нам нужна широкая общественная кампания за принятие этих норм». Результат: политик собрал необходимое количество подписей, однако Госдума не ратифицировала статью.

4. Фандрайзинг. А. Навальный призывал жертвовать на московские мэские выборы в 2013 г., на выборы в регионах в 2015 г., на организацию протестных маршей. «Надо скидываться. Это наша общая борьба и если вы не можете ехать в Новосибирск и работать на улице, то небольшой взнос на избирательный счет будет отличным вкладом». Результат: На выборы в регионах было собрано 6 миллионов рублей, на выборы мэра Москвы - 103 миллиона рублей.

5. Привлечение волонтеров. «Каждый час одного волонтера – это дополнительные 100-200 москвичей, которые увидят нашу газету или листовку». «Присоединяйтесь к нам, пожалуйста. Создавайте вместе с нами лучшую социологическую службу в стране». Результаты: Навальный создал социологическую службу, которая проводит масштабные опросы. Кроме того, второе место на

московских мэских выборах - это отчасти заслуга хорошо организованной сети волонтеров, они раздавали листовки, отвечали на вопросы избирателей.

Интернет и другие информационные технологии стали для отдельных граждан полем и инструментом мобилизации ресурсов, самоорганизации, независимо от воли начальства. Оказалось, что компьютер плюс мобильник и даже телефон - мощное средство коммуникации и самоорганизации [3]. Таким образом, мы доказали, что несмотря на противодействие правящей партии и контрпропаганды со стороны прогосударственных СМИ, Алексею Навальному удаётся мобилизовать своих сторонников с помощью Интернета.

Литература

1. *Василик М. А, Вершинин М. С.* Политология: словарь-справочник. М.: Гардарики, 2001.
2. *Исхакова Н. Г.* Стратегия политической мобилизации: от протеста к консолидации. [Электронный ресурс]: Молодий вчений
3. *Яницкий О. Н.* Массовая мобилизация: проблемы теории. [Электронный ресурс]: Социс