

## Человек в информационном обществе

# ВОСПРИЯТИЕ МЕСТНЫХ ИНТЕРНЕТ-СООБЩЕСТВ СОВРЕМЕННОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖЬЮ (ПО ДАННЫМ ОПРОСА СТУДЕНТОВ ГУМАНИТАРНЫХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ ННГУ ИМ. Н.И. ЛОБАЧЕВСКОГО)

**Каминченко Дмитрий Игоревич**

*Кандидат политических наук*

*Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского,  
Институт международных отношений и мировой истории, кафедра политологии, доцент*

*Нижний Новгород, Россия*

*dmitkam@inbox.ru*

### Аннотация

*В работе изучается восприятие местных онлайн-сообществ студенческой молодежью. Проведен социологический опрос студенческой аудитории Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского. Помимо подсчета частоты ответов на вопросы, посвященные отношению студентов к территориальным интернет-сообществам, использован метод построения таблиц сопряженности для выявления устойчивых закономерностей в восприятии подобных сообществ. Результаты исследования показали высокую популярность местных онлайн-сообществ среди студенческой молодежи. По мнению респондентов, основной функцией, выполняемой данными сообществами, является информационно-новостная функция. Кроме того, главным фактором, определяющим решение о вступлении в виртуальное интернет-сообщество, для молодой аудитории является тематика паблика / группы.*

### Ключевые слова

*интернет, местное онлайн-сообщество, социальные медиа, опрос, анализ, поиск новостей*

### Введение

Интернет-технологии и основанные на них цифровые платформы существенным образом (а в некоторых случаях – радикально) изменили экономику, политику и общество [10, с. 3]. Общественно-политические процессы трансформируются под влиянием современных информационно-коммуникационных технологий, при этом происходит диффузия традиционных и новых коммуникативных практик. Неслучайно относительно давно сложившиеся термины сегодня приобретают обновленное оформление, например – цифровая демократия. По мнению И. Боруцки, Д. Михельса и С. Маршалла, цифровая демократия – это термин, который не только описывает текущее состояние, но и учитывает перспективу процесса цифровизации демократии, и помогает понять его теоретически и эмпирически. Причем «адекватное» теоретизирование и обсуждение цифровой демократии, как пишут ученые, возможно только в том случае, если признается ее новая функциональная логика, а не наоборот – когда известные концепции доцифровой эпохи просто «совершенствуются» или «размываются» посредством использования концепта цифровизации [8, с. 360].

Отдельного внимания заслуживает анализ процессов, связанных с участием индивидов и групп в решении общественно значимых вопросов при помощи сетевых технологий. Данные технологии открывают новые возможности для общественного и политического участия, в том числе на региональном и местном уровнях. Поэтому изучение взаимодействия органов государственной власти и общества в сетевом пространстве на указанных уровнях является крайне

---

© Каминченко Д.И., 2024

Производство и хостинг журнала «Информационное общество» осуществляется Институтом развития информационного общества.

Данная статья распространяется на условиях международной лицензии Creative Commons «Атрибуция — Некоммерческое использование — На тех же условиях» Всемирная 4.0 (Creative Commons Attribution – NonCommercial – ShareAlike 4.0 International; CC BY-NC-SA 4.0). См. <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/legalcode.ru>

[https://doi.org/10.52605/16059921\\_2024\\_01\\_20](https://doi.org/10.52605/16059921_2024_01_20)

актуальной задачей, так как активное и рациональное участие в этом случае способно повысить качество диалога между властью и обществом (здесь сошлемся на Й. Радтке и Ш.М. Засманншаузен, которые в одном из своих исследований формулируют следующий вопрос: «Насколько онлайн-форматы участия улучшают взаимопонимание между политиками и населением на местном уровне?» [17, с. 331].

Одним из конкретных механизмов взаимодействия власти и общества является коммуникация посредством локальных (территориальных) сетевых сообществ в социальных медиа (например, во «ВКонтакте»). Для организации эффективной коммуникации на подобных интернет-площадках необходимо понять, почему пользователи социальных медиа подписываются на те или иные местные группы и паблики, и какую функцию, по мнению пользователей, выполняют эти виртуальные сообщества. Цель данной работы заключается в том, чтобы установить специфику отношения молодой аудитории социальных медиа к местным виртуальным сообществам. Основными задачами исследования является (1) выявление факторов, которые привлекают внимание аудитории к онлайн-сообществам в целом и (2) установление того, каким, согласно мнению молодежи, является функциональное предназначение территориальных интернет-сообществ.

## 1 Теоретические основания

Вопросы, связанные с особенностями политической коммуникации в условиях современного информационного общества, по-прежнему сохраняют свою актуальность в научном сообществе. Патрик Донгез в одной из своих недавних работ отмечает, что цифровые медиа позволяют ранее никак не организованным субъектам принимать участие в процессах политической коммуникации [Donges, с. 213]. По его мнению, с институциональной точки зрения одним из структурных изменений, произошедших в результате цифровизации политической коммуникации, является применение автоматизированных алгоритмов в работе современных социальных медиа, подчиняющихся принципиально отличной от традиционных СМИ логике [11, с. 216]. На различия между сложившейся логикой функционирования традиционных институциональных структур и функциональной логикой современных социальных медиа обращают внимание и К. Кокс, С. Кнорре и Я.Н. Кокс, которые обоснованно задаются вопросом о том, как в сегодняшних условиях в сфере государственного управления возможно согласование официальных рабочих процессов и процедур с выполнением цифровых коммуникативных практик [15, с. 3].

Отдельное внимание уделяется учеными вопросам использования современных информационно-коммуникационных технологий традиционными политическими акторами. Например, ключевым исследовательским вопросом, который ставят в своей работе Я.Н. Кокс и Ю. Раупш, является вопрос о том, как и в какой степени немецкие региональные и федеральный парламенты адаптируют различные возможности и каналы, предоставляемые современными ИКТ, к работе в сфере связей с общественностью [14, с. 104]. При попытке найти ответ на указанный вопрос авторы исследования применяют количественный контент-анализ официальных парламентских веб-сайтов и их каналов в современных социальных медиа [14, с. 109].

П. Сцызка пишет о том, что в условиях «Мира Медиа 1.0» («Medienwelt 1.0») представители сферы государственного управления ограничивались исключительно информированием граждан о своей деятельности и самопрезентацией. В этих условиях процесс передачи информации был привязан к его отправителю, а широкое и открытое обсуждение подобной информации внутри определенной цифровой платформы, посредством которой и распространялась информация, было затруднено либо невозможно. Технологические возможности, появившиеся в эпоху «Web 2.0» и способствовавшие совместному общению и конструированию социальных сетей сломали указанные барьеры, а в условиях «Web 3.0» становится ясно, что представители сферы государственного управления в процессе коммуникации с обществом больше не могут заниматься только лишь предоставлением какой-либо информации или информированием общества [19, с. 34].

Изучению виртуальных онлайн-сообществ также уделяется немало внимания, как со стороны российских ученых, так – и зарубежных. Одним из направлений исследований в обозначенной области является анализ особенностей и конкретных практик участия индивидов и групп посредством сообществ в современных социальных медиа. Отмечая распространенность участия граждан в онлайн-сообществах, связанных с научными исследованиями, М. Эрштейду, А. Скэнлон и М. Шарплз изучают в одной из своих работ вовлеченность и поведение участников гражданских

научных сообществ. Они подчеркивают, что наличие чувства принадлежности к сообществу является важным фактором, влияющим на вовлеченность и, как следствие – на поведение индивидов [7, с. 254].

На актуальность изучения вопроса о сохранении состояния активной вовлеченности членов небольших и средних сообществ (таких, как районные и городские) в процессы онлайн-консультирования и принятия решений обращают внимание М. Наранджо-Золотов, Т. Оливейра, С. Кастелейн и З. Ирани. В частности, они исследуют связь между так называемым «ощущением наличия виртуального сообщества» (sense of virtual community), с одной стороны, и использованием (а также сохраняющейся нацеленностью на это использование) инструментов электронного участия – с другой [16, с. 537].

Ещё одно направление исследований в обозначенной предметной области – это изучение содержания коммуникативных актов внутри онлайн-сообществ. Например, одна из работ Х. Кантанен и Ю. Маннинена посвящена этическим вопросам, связанным с изучением содержания дискуссий в виртуальных сообществах. Цель же их работы заключается в том, чтобы проанализировать процессы коммуникации, обучения и «зарождения будущих инноваций» (innovation generation) в виртуальных сообществах на основе данных из тематических обсуждений, происходящих на онлайн-форумах [12, с. 86, 88].

В недавнем исследовании Э. Серраделл-Лопеса, П. Лара-Наварры и С. Мартинес-Мартинес изучаются процессы обмена знаниями в виртуальных сообществах (связанных со сферой образования), анализируются их структурные аспекты, что подразумевает под собой выявление паттернов социокультурного организационного свойства. В указанной работе используется методология, основанная на изучении больших данных, относящихся к обучающим (образовательным) виртуальным сообществам, а основное внимание авторов фокусируется на трех аспектах: каналах связи, информационных ресурсах и взаимодействии (между акторами и генерируемым в сообществе контентом) [18, с. 2].

Помимо научных работ, где изучаются коммуникативные практики участия в работе онлайн-сообществ и содержание самой коммуникации в них, появляются и исследования, посвященные влиянию сетевых сообществ на сознание индивида и групп. Например, целью одной из недавних работ коллектива российских авторов обозначено стремление выявить связь между членством в виртуальных сообществах и способностями к вербальному мышлению среди молодых людей. Опираясь на результаты более ранних исследований по прогнозированию абстрактного мышления с помощью цифровых следов, оставляемых пользователями социальных медиа, ученые использовали модели машинного обучения для прогнозирования уровней вербального мышления. В итоге, полученные учеными результаты показали, что особенности, связанные с членством в виртуальных сообществах, могут быть качественным предиктором высокого уровня вербального мышления человека [13, с. 5].

Отметим и работы, касающиеся непосредственно изучения территориальных интернет-сообществ. В частности, А.Б. Скуратов в одной из своих работ предлагает дефиницию локального типа онлайн-сообщества: «Локальное интернет-сообщество» – это единица локальной социальной организации сети Интернет, имеющая стратификационную систему, устоявшиеся социальные нормы, роли и статусы участников, включающая в свой состав не менее трех акторов, разделяющих общий интерес и ценности и осуществляющих посредством использования соответствующих аппаратных и программных средств на регулярной основе социальные взаимодействия, а также имеющих доступ к контенту и иным общим ресурсам» [5, с. 50].

Ученые отмечают, что территориальные онлайн-сообщества выполняют важную общественную и политическую роль. Это выражается, например, в том, что они, по мнению В.В. Тищенко, Т.И. Жукова и Ю.С. Попкова, «демонстрируют как процессы социальной активности и взаимодействия «превращаются» в формы и способы социального партнерства в виртуальном пространстве» [6, с. 92].

В исследовании С.Г. Давыдова и О.С. Логуновой проведен комплексный анализ различных виртуальных сообществ города Москвы. Ученые в своей работе рассматривают разные факторы, связанные с функционированием онлайн-сообществ: они исследуют осуществляемые выбранными интернет-группами функции, выполнение членами групп различных ролей, особенности группового контента и т.д. По итогам проведенной работы они пришли к выводу о том, что изученные ими паблики и группы целесообразно рассматривать «в качестве простейших форм совместных региональных медиа, независимых от власти, востребованных аудиторией и имеющих потенциал для дальнейшего развития» [1, с. 219].

Анализ функционирования территориальных интернет-сообществ представлен и в работах авторов данного исследования [см., например, 3]. Несмотря на наличие значительного пласта работ, посвященных изучению локальных онлайн-сообществ, в данном тематическом направлении ещё остается немало вопросов, рассмотрения которых требует продолжающаяся цифровизация современного общества. Учитывая, что в данной работе основное внимание уделено выявлению ключевых факторов, которые сегодня привлекают внимание аудитории к интернет-сообществам и определению того, какое функциональное предназначение, по мнению молодой аудитории, свойственно территориальным онлайн-группам, необходимо отметить и работы, где рассматриваются причины участия в функционировании подобных сообществ. В частности, говоря о причинах появления местных онлайн-сообществ, К.Н. Попов пишет о том, что, в первую очередь, необходимо «назвать интерес людей к тому, что происходит в непосредственной близости от их места жительства, к месту, где они родились и выросли» [4, с. 84].

Что касается общей мотивации использования современных социальных медиа, П.В. Брандтцег и Я. Хайм отмечают в одном из своих исследований, что основной мотивацией участия в работе социальных медиа является создание, поддержание и развитие социальных отношений. Причем, самой важной причиной оказалось общение с новыми знакомыми людьми, второй по значимости причиной стало общение с друзьями, а третьей – то, что авторы исследования обозначили как «общая социализация» («general socializing»), в которую, согласно результатам исследования, вошли, например, такие общие компоненты, как обмен опытом, участие в светской беседе, поддержка со стороны социума и т.д. [9, с. 148, 151]. Подчеркнем, в нашей работе анализируются факторы, влияющие на привлечение внимания молодой, студенческой аудитории к интернет-сообществам, а также то, как указанная аудитория воспринимает функциональное предназначение локальных онлайн-сообществ.

## 2 Описание эмпирического метода

В качестве ключевого прикладного метода в исследовании используется социологический опрос студенческой молодежи. Выбор эмпирического метода обусловлен основными задачами исследования, связанными с изучением восприятия и отношения индивидов и групп к тому или иному явлению или теме.

Обозначенным в работе переменным посвящены конкретные вопросы из анкетного бланка. Для изучения факторов, привлекающих сегодня внимание молодой аудитории к онлайн-сообществам в целом, сформулирован следующий вопрос полузакрытого типа с возможностью выбора одного из вариантов ответа: «Какой из нижеперечисленных факторов является для Вас определяющим, когда Вы решаете подписаться/вступить в то или иное интернет-сообщество (паблик / группу)?». Респонденту предлагается на выбор восемь вариантов ответа: «Численность группы / подписчиков», «Состав группы/подписчиков», «Известность паблика / группы», «Тематика паблика/группы», «Возможность прямого участия в решении общественно значимых вопросов с помощью паблика / группы», «Присутствие» в группе или среди подписчиков известной личности или общественного лидера», «Затрудняюсь ответить» и «Другое» (с возможностью написать свой вариант ответа).

Представленные варианты ответов на вопрос о факторах, определяющих готовность пользователя интернета подписаться на ту или иную группу/паблик, отражают разные аспекты заявленной переменной: здесь присутствуют факторы количественного (например, численность сообщества) и содержательного (в частности – состав и тематика обсуждения внутри сообщества) свойств, субъектного («присутствие» известных общественных лидеров) и информационного плана (основная тематика сообщества). Кроме того, обращается внимание на возможность активного участия в решении какого-либо общественно значимого вопроса посредством подключения к деятельности онлайн-сообщества.

Анализу второй переменной посвящен другой вопрос полузакрытого типа с возможностью выбора одного из вариантов ответа: «Назовите основную функцию местных интернет-сообществ (городских, районных, поселковых и т. п.)?». Респонденты могут выбрать один из следующих вариантов ответа: «Поиск новостей», «Развлечение», «Общение с людьми», «Поиск новых знакомств», «Организация совместных мероприятий офлайн», «Затрудняюсь ответить» и «Другое» (с возможностью написать свой вариант ответа). При формулировании вариантов ответа мы отчасти отталкивались от результатов исследований, посвященных особенностям медиапотребления современной молодежи в интернете [см., например, 2].



В дополнение к частотному анализу ответов респондентов на сформулированные вопросы необходимо провести перекрестный анализ данных с построением таблиц сопряженности. Это позволит установить наличие или отсутствие устойчивых групп респондентов, для которых, с одной стороны, характерны определенные интенции, связанные с функционированием онлайн-сообществ в целом, а с другой – определенное восприятие непосредственно местных интернет-сообществ.

Помимо обозначенных выше вопросов в анкете присутствует и вопрос закрытого типа (с возможностью выбора одного варианта ответа) о том, подписаны ли респонденты на местные паблики / группы. Анализ частоты полученных ответов респондентов позволит оценить популярность подобных сообществ среди молодой студенческой аудитории.

### 3 Результаты исследования

Социологический опрос проводился осенью 2020 года среди студентов гуманитарных факультетов Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского. В исследовании участвовали 292 студента, среди которых 165 женщин (56,5%) и 127 мужчин (43,5%). Абсолютное большинство участников анкетирования – молодые люди, в возрасте от 18 до 22 лет (92,8% всех респондентов), 5,5% респондентов - в возрасте от 23 до 30 лет, 1% всех опрошенных – в возрасте 31-40 лет, 0,7% опрошенных – в возрасте от 41 до 59 лет.

Результаты опроса показали, что абсолютное большинство опрошенных (73,3%) подписаны на местные (городские, районные, поселковые и т. п.) паблики и группы в социальных медиа, а 24,3% от всех респондентов на них не подписаны (2,4% участников опроса выбрали вариант ответа «Затрудняюсь ответить»). Частота распределения ответов на указанный вопрос представлена на рис.1.



Рис. 1. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Подписаны ли Вы на местные (городские, районные, поселковые и т.п.) интернет-сообщества в социальных медиа (включая паблики и/или группы)?»

Согласно данным опроса, определяющим фактором перед тем, как сделать выбор о том, вступить в интернет-сообщество или нет, для респондентов является тематика паблика/группы (такой вариант ответа выбрали 80,8% всех опрошенных). Известность паблика/группы принципиальна в этом случае для 5,8% опрошенных, а численность группы – для 4,1% респондентов, ещё 4,1% участников опроса выбрали вариант ответа «Затрудняюсь ответить». Свой вариант ответа на указанный вопрос предложили 2,8% опрошенных (причем, в ряде случаев самостоятельно были указаны сразу несколько из предложенных авторами исследования вариантов ответа). Только 1,8% участников опроса выбрали вариант ответа «Возможность прямого участия в решении общественно значимых вопросов с помощью паблика / группы». Частота распределения ответов на данный вопрос представлена на рис.2.

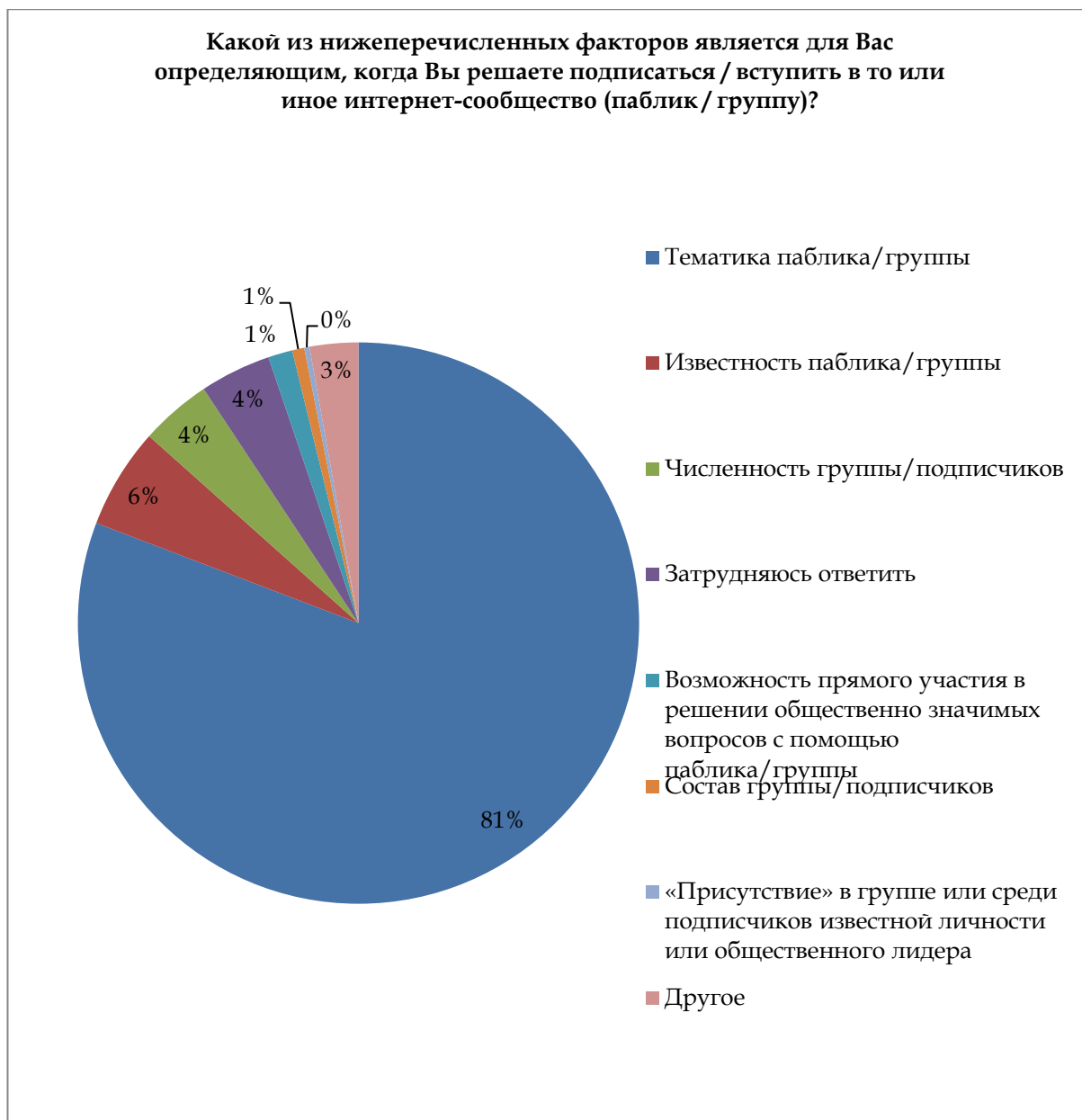


Рис. 2. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какой из нижеперечисленных факторов является для Вас определяющим, когда Вы решаете подписаться / вступить в то или иное интернет-сообщество (паблик / группу)?»

Как показали итоги проведенного опроса, по мнению респондентов, основной функцией местных интернет-сообществ является поиск новостей (данный вариант ответа выбрали 77,4% опрошенных). Затруднились с ответом 6,2% респондентов, 5,8% опрошенных выбрали вариант ответа «Общение с людьми», 4,1% участников опроса выбрали вариант ответа «Развлечение», а 3,4% – «Организация совместных мероприятий офлайн». Поиск новых знакомств в качестве основной функции местных онлайн-сообществ назвал только 1% всех респондентов, тогда как свой вариант ответа предложили 2,1% участников опроса (причем, и здесь респонденты часто самостоятельно указывали одновременно несколько из предложенных авторами исследования вариантов ответа). Частота распределения ответов на обозначенный вопрос отражена на рис. 3.



Рис. 3. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Назовите основную функцию местных интернет-сообществ (городских, районных, поселковых и т. п.)?»

Проведем перекрестный анализ данных частоты ответов респондентов на указанные в работе вопросы и построим соответствующие таблицы сопряженности. Это необходимо для выявления устойчивых групп среди участников проведенного опроса, для представителей которых характерны изучаемые в работе свойства. Отметим, что в ходе анализа не учитывались такие варианты ответа, как «Затрудняюсь ответить» и «Другое» (когда респонденты предлагали собственный вариант ответа), поэтому общее значение по столбцам в таблицах составляет менее 100%. Более того, в табл.3 проводится анализ только трех наиболее популярных вариантов ответа респондентов (без учета варианта «Затрудняюсь ответить»), так как оставшиеся варианты назывались крайне редко. Результаты отражены в табл. 1-3.

Таблица 1. Результаты перекрестного анализа ответов респондентов: подписка на местные онлайн-сообщества/факторы, определяющие решение о вступлении в интернет-сообщество

		Подписаны ли Вы на местные (городские, районные, поселковые и т.п.) интернет-сообщества в социальных медиа (включая паблики и/или группы)?	
		Да	Нет
Какой из нижеперечисленных факторов является для Вас определяющим, когда Вы решаете подписаться / вступить в то или иное интернет-сообщество (паблик / группу)?	Тематика паблика / группы	84,11%	74,65%
	Известность паблика / группы	6,07%	4,23%
	Численность группы / подписчиков	4,67%	2,82%
	Возможность прямого участия в решении общественно значимых вопросов с помощью паблика / группы	1,40%	1,41%

	<b>Состав группы / подписчиков</b>	0,47%	1,41%
	<b>«Присутствие» в группе или среди подписчиков известной личности или общественного лидера»</b>	0,47%	0%
<b>Итого (без учета вариантов ответа «Затрудняюсь ответить» и «Другое»)</b>		97,19%	84,52%

Таблица 2. Результаты перекрестного анализа ответов респондентов: подписка на местные онлайн-сообщества / функция местных интернет-сообществ

		<b>Подписаны ли Вы на местные (городские, районные, поселковые и т. п.) интернет-сообщества в социальных медиа (включая паблики и/или группы)?</b>	
		<b>Да</b>	<b>Нет</b>
<b>Назовите основную функцию местных интернет-сообществ (городских, районных, поселковых и т. п.)</b>	<b>Поиск новостей</b>	81,78%	67,61%
	<b>Общение с людьми</b>	5,14%	8,45%
	<b>Развлечение</b>	5,14%	1,41%
	<b>Организация совместных мероприятий офлайн</b>	4,21%	1,41%
	<b>Поиск новых знакомств</b>	0,47%	1,41%
<b>Итого (без учета вариантов ответа «Затрудняюсь ответить» и «Другое»)</b>		96,74%	80,29%

Таблица 3. Результаты перекрестного анализа ответов респондентов: функция местных интернет-сообществ / факторы, определяющие решение о вступлении в интернет-сообщество

		<b>Назовите основную функцию местных интернет-сообществ (городских, районных, поселковых и т. п.)</b>		
		<b>Поиск новостей</b>	<b>Общение с людьми</b>	<b>Развлечение</b>
<b>Какой из нижеперечисленных факторов является для Вас определяющим, когда Вы решаете подписаться / вступить в то или иное интернет-сообщество (паблик / группу)?</b>	<b>Тематика паблика / группы</b>	83,19%	88,24%	66,67%
	<b>Известность паблика / группы</b>	5,75%	5,88%	16,67%
	<b>Численность группы / подписчиков</b>	4,87%	0%	8,33%
<b>Итого (с учетом только трех наиболее популярных вариантов ответа на 2 вопроса (исключая вариант «Затрудняюсь ответить»)</b>		93,81%	94,12%	91,67%

Как показывают результаты анализа, и для тех респондентов, кто подписан на местные паблики / группы, и для тех, кто не подписан, главным фактором, который оказывает определяющее воздействие на решение о вступлении в онлайн-группу, является именно тематика



сообщества (причем, среди тех, кто подписан на местные онлайн-паблики, преобладание значимости данного фактора среди остальных особенно заметно), а не известность, численность, состав паблика / группы и наличие в нем известной личности. По мнению тех респондентов, кто подписан на местные паблики / группы и тех, кто не подписан, поиск новостей представляет собой основную функцию, которую выполняют территориальные Интернет-сообщества, а не общение с людьми, развлечение или организация совместных офлайн-мероприятий (среди тех, кто подписан на подобные сообщества, преобладание данного варианта ответа особенно заметно среди других ответов, выбранных респондентами).

Для респондентов, которые указали поиск новостей, общение с людьми и развлечение в качестве основных функций локальных онлайн-сообществ характерно то, что большая часть из них называют именно тематику паблика / группы ключевым фактором, который влияет на вступление в то или иное интернет-сообщество. Вместе с тем, учитывая соотношение численности подгрупп респондентов, сформировавшихся при ответе на вопрос об основной функции локальных сообществ, нас в ходе дальнейшей интерпретации полученных результатов анализа, прежде всего, будет интересовать именно та подгруппа, которая выбрала поиск новостей в качестве основной функции сообществ подобного типа. Иными словами, абсолютное большинство респондентов составляют подгруппу тех, кто одновременно и считает поиск новостей ключевой функцией местных онлайн-сообществ, и называет именно тематику группы / паблика главным фактором, который определяет, вступит ли представитель данной подгруппы респондентов в интернет-сообщество или нет.

#### **4 Обсуждение результатов**

Обработка результатов проведенного опроса позволяет сделать ряд выводов. Во-первых, необходимо отметить популярность среди молодой студенческой аудитории местных интернет-сообществ. Причем среди подписчиков, вероятнее всего, преобладает мнение о том, что ключевым фактором, влияющим на вступление в то или иное местное онлайн-сообщество, является именно его тематика, которая, очевидно в большинстве случаев напрямую связана с конкретной территорией. Это свидетельствует о наличии запроса со стороны молодой пользовательской аудитории интернета на включенность в различные коммуникативные процессы, происходящие в информационном поле местного уровня. Вместе с тем, остается открытым вопрос о том, в какой форме пользователи готовы реализовать подобный запрос: исключительно в форме онлайн-активности (просмотр ленты новостей, оставление комментариев, репосты и т.д.) или в форме возможного офлайн участия, вызванного той или иной темой обсуждения внутри виртуального сообщества. Данный вопрос требует более детального анализа и выходит за рамки задач проводимого исследования.

Во-вторых, подписчики на локальные интернет-сообщества (паблики и группы), прежде всего, отмечают то, что эти сообщества выполняют информационную функцию, связанную с поиском новостей. Можно предположить, что члены территориальных сообществ заинтересованы именно в поиске новостей местного уровня, что объясняет природу интереса к подобным сообществам (хотя возможна и иная мотивация вовлечения в локальные онлайн-сообщества, но именно информационно-новостной фактор, скорее всего, является преобладающим, особенно если учесть, что среди тех, кто не подписан на местные интернет-сообщества, востребованность поиска новостей несколько меньше).

Обратим внимание, что такие функции местных интернет-сообществ, как общение с людьми, развлечение и организация совместных офлайн мероприятий крайне редко назывались в качестве основных функций как теми респондентами, кто является частью таких виртуальных сообществ, так и теми, кто не является членом подобных групп. Это может быть связано с тем, что в структуре запроса молодой аудитории на местные онлайн-группы преобладает именно стремление быть в курсе событий локального уровня, но при этом отсутствует интенция на общественное или политическое участие, организованное при помощи подобных онлайн-сообществ или участие в активной дискуссии внутри сообщества и т.п. Другой причиной может быть особенность политики администраторов местных онлайн-пабликов и групп и возможная нацеленность их, прежде всего, на информирование пользователей.

В-третьих, популярность территориальных интернет-сообществ, тематика которых связана с новостями местного уровня, объясняется ещё и тем, что, как показывают данные социологических опросов, именно интернет является наиболее популярным источником новостей для молодых

россиян<sup>1</sup>, поэтому и новости местного уровня просматриваются молодой аудиторией непосредственно в онлайн-пространстве, а не посредством местного телевидения или радио (впрочем, в условиях конвергенции современных медиаплатформ эта тенденция не столь однозначна, например, пользователи могут быть подписаны на паблики телевизионных каналов в социальных медиа).

В-четвертых, подчеркнем, что респонденты, которые сказали о том, что они не подписаны на территориальные интернет-сообщества, отмечали, что основной функцией подобных онлайн-сообществ является именно информационно-новостная функция, а также то, что главным фактором, определяющим их решение о вступлении в то или иное сообщество внутри информационного интернет-пространства, является тематика сообщества. В этом случае можно предположить, что среди причин невступления респондентов в локальные онлайн-сообщества можно обозначить, например, отсутствие интереса к новостям местного уровня или выбор другого источника информации для получения подобных новостей (например, сайты местных медийных организаций и т. д.). Кроме того, в анкетном бланке нет уточняющей информации о том, что подразумевается под местным онлайн-сообществом (за исключением того, что это могут быть как паблики, так и группы разных типов населенных пунктов – города, района, поселка и т.д.). Под столь широкое описание могут подойти как онлайн-сообщества, связанные со СМИ (где доминирует, прежде всего, информационно-новостной контент), так и с какими-либо немедийными организациями, а также группы и паблики, созданные местными жителями для общения между собой. Это актуализирует вопрос о необходимости разработки классификации местных интернет-сообществ, которая бы уточняла их специфику и тематическую направленность.

В завершении заметим, что в проведенном опросе принимали участие студенты, поэтому полученные выводы нельзя экстраполировать на представления всей молодой аудитории. Кроме того, в исследовании участвовали только студенты гуманитарных факультетов, в программе подготовки которых могут присутствовать дисциплины, подразумевающие изучение современных социальных медиа (в том числе и функционирующих внутри них онлайн-групп и пабликов) и средств массовой информации. Вместе с тем, уверены, что подписка на местные онлайн-сообщества является распространенным явлением среди студентов разных направлений подготовки, поэтому можно рассматривать полученные результаты в контексте студенческой молодежной аудитории в целом.

## Заключение

В условиях продолжающейся цифровизации современного общества вопросы, связанные с процессами общественной и политической коммуникации, по-прежнему остаются крайне актуальными в научном сообществе. Особый интерес вызывает тема формирования и функционирования онлайн-сообществ местного и регионального уровня, так как деятельность ряда подобных сообществ можно рассматривать как один из возможных элементов участия граждан в решении различных вопросов развития общества и укрепления социального взаимодействия на местном и региональном уровнях. В данной работе проанализирована популярность местных интернет-сообществ среди молодой студенческой аудитории, особенности восприятия ею основных функций, выполняемых подобными сообществами, а также – выявлены факторы, оказывающие определяющее влияние на решение аудитории вступить в то или иное виртуальное сообщество, в целом.

Результаты исследования показали, что территориальные онлайн-сообщества популярны среди молодой студенческой аудитории, а их основной функцией, по мнению участников опроса (причем, как тех, кто подписан на местные интернет-паблики / группы, так и тех, кто на них не подписан) выступает информационно-новостная функция, связанная с поиском новостей местного уровня. Главным же фактором, определяющим решение аудитории о вступлении в онлайн-сообщество в целом, является тематика подобного паблика / группы. Данное мнение разделяют и те пользователи интернета, кто является частью местных онлайн-сообществ, так и те, кто не является членом сообществ подобного типа. Обобщая полученные выводы, можно сказать о наличии серьезного запроса со стороны молодой студенческой аудитории на новостной контент

---

<sup>1</sup> Медиапотребление и активность в интернете // Официальный веб-сайт Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ). 23.09.2021. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/mediapotrebienie-i-aktivnost-v-internete> (дата обращения: 08.05.2023).

местного уровня, получаемый именно через соответствующие онлайн-сообщества, представленные в информационном поле современной интернет-коммуникации.

## Литература

1. Давыдов С.Г., Логунова О.С. Сообщества московских районов в социальных медиа: контент и его модерация // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2018. № 1(143). С.204-221.
2. Дунас Д.В., Толоконникова А.В., Гуреева А.Н., Вартанов С.А. Мотивация использования медиакommunikationных каналов российскими студентами // Вопросы теории и практики журналистики. 2021. Т. 10. № 2. С. 285-301.
3. Каминченко Д.И. Общественно-политическая роль территориальных интернет-сообществ // Вестник пермского университета. Политология. 2021. Т.15. № 1. С.97-108. DOI: <https://doi.org/10.17072/2218-1067-2021-1-97-108>
4. Попов К.Н. Интернет и формирование местных сообществ // Труды Института системного анализа Российской академии наук. 2017. Т. 67. № 2. С.79-90.
5. Скуратов А.Б. Локальные Интернет-сообщества как новый социальный феномен // Дискурс-Пи: научно-практический альманах. 2010. № 1-2 (9-10). С.48-53.
6. Тищенко В.В., Жукова Т.И., Попков Ю.С. Сетевые взаимодействия: предмет исследования и объект моделирования. М.: ЛЕНАНД. 2014. 352 с.
7. Aristeidou M., Scanlon E., Sharples M. Profiles of engagement in online communities of citizen science participation // Computers in Human Behaviour. 2017. Vol.74. P.246-256. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.04.044>
8. Borucki I., Michels D., Marschall S. Die Zukunft digitalisierter Demokratie – Perspektiven für die Forschung // Zeitschrift für Politikwissenschaft. 2020. № 2. P.359-378. DOI: <https://doi.org/10.1007/s41358-020-00234-3>
9. Brandtzæg P.B., Heim J. Why people use social networking sites // In: Ozok A.A., Zaphiris P. (eds) Online Communities and Social Computing. OCSC 2009. Lecture Notes in Computer Science. Springer, Berlin, Heidelberg. 2009. P.143-152. DOI: [https://doi.org/10.1007/978-3-642-02774-1\\_16](https://doi.org/10.1007/978-3-642-02774-1_16)
10. Dolata U., Schrape J.F. Internet, Big Data und digitale Plattformen: Politische Ökonomie – Kommunikation – Regulierung // Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. 2022. Vol. 74 (supplement). № 1. P.1-9. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11577-022-00843-6>
11. Donges P. Digitalisierung der politischen Kommunikation // KZfSS Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. 2022. Vol. 74. Supplement Issue 1. P.209-230. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11577-022-00834-7>
12. Kantanen H., Manninen J. Hazy boundaries: Virtual communities and research ethics // Media and Communication. 2016. Vol. 4. № 4. P.86-96. DOI: <https://doi.org/10.17645/mac.v4i4.576>
13. Kiselev P., Matsuta V., Feshchenko A., Bogdanovskaya I., Kiselev B. Predicting verbal reasoning from virtual community membership in a sample of Russian young adults // Heliyon. 2022. Vol. 8, № 8. P.1-12.
14. Kocks J.N., Raupp J. Zur digitalen Präsentation von Repräsentation: Parlamentarische Öffentlichkeitsarbeit unter Online-Bedingungen // In: Kocks K., Knorre S., Kocks J. (eds) Öffentliche Verwaltung – Verwaltung in der Öffentlichkeit. Springer VS, Wiesbaden. 2020. P.103-137. DOI: [https://doi.org/10.1007/978-3-658-28008-6\\_6](https://doi.org/10.1007/978-3-658-28008-6_6)
15. Kocks K., Knorre S., Kocks J.N. Verwaltung in der Öffentlichkeit: Zur Bedeutung kommunikativer Problemstellungen in den Zeiten technologisch induzierten Medienwandels // In: Kocks K., Knorre S., Kocks J. (eds) Öffentliche Verwaltung – Verwaltung in der Öffentlichkeit. Springer VS, Wiesbaden. 2020. P.1-11. DOI: [https://doi.org/10.1007/978-3-658-28008-6\\_1](https://doi.org/10.1007/978-3-658-28008-6_1)
16. Naranjio-Zolotov M., Oliveira T., Casteleyn S., Irani Z. Continuous usage of e-participation: The role of the sense of virtual community // Government Information Quarterly. 2019. Vol. 36. P.536-545. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.giq.2019.05.009>
17. Radtke, J., Saßmannshausen, S.M. Auf dem Weg zur responsiven Demokratie? Online-Öffentlichkeitsbeteiligung in der Stadtentwicklung als aktiver Link zwischen Kommunalpolitik und Bevölkerung // Zeitschrift für Politikwissenschaft. 2020. Vol. 30. № 2. P.329-358. DOI: <https://doi.org/10.1007/s41358-020-00233-4>

18. Serradell-Lopez E., Lara-Navarra P., Martínez-Martínez S. The Pareto Principle in virtual communities of learning // Computers in Human Behaviour. 2023. Vol. 138. P.1-6. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107444>
19. Szyszka P. Die Kruх öffentlicher Verwaltungskommunikation – Public Relations der öffentlichen Verwaltung // In: Kocks K., Knorre S., Kocks J. (eds) Öffentliche Verwaltung – Verwaltung in der Öffentlichkeit. Springer VS, Wiesbaden. 2020. P.13-37. DOI: [https://doi.org/10.1007/978-3-658-28008-6\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-658-28008-6_2)

# PERCEPTION OF LOCAL INTERNET COMMUNITIES BY MODERN STUDENT YOUTH (ACCORDING TO A SURVEY OF STUDENTS OF HUMANITARIAN SPECIALTIES AT LOBACHEVSKY STATE UNIVERSITY OF NIZHNY NOVGOROD)

**Kaminchenko, Dmitriy Igorevich**

*Candidate of political sciences*

*Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod, Political science department, associate professor*

*Nizhny Novgorod, Russian Federation*

*dmitkam@inbox.ru*

## Abstract

*The paper studies the perception of local online communities by student youth. A sociological survey of the student audience of the Nizhny Novgorod State University is conducted in the research. In addition to counting the frequency of answers to questions about students' attitudes towards territorial Internet communities, the method of constructing contingency tables was used to identify stable patterns in the perception of such communities. The results of the study showed the high popularity of local online communities among students. According to the respondents, the news search is the main function performed by these communities. In addition, the public/group topic is the main factor determining the decision to join the virtual Internet community for a young audience.*

## Keywords

*Internet, local online community, social media, survey, analysis, news search*

## References

1. Davydov S.G., Logunova O.S. Soobshchestva moskovskikh rayonov v sotsial'nykh media: kontent i ego moderatsiya // Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny. 2018. № 1(143). S. 204-221.
2. Dunas D.V., Tolokonnikova A.V., Gureeva A.N., Vartanov S.A. Motivatsiya ispol'zovaniya mediakommunikatsionnykh kanalov rossiyskimi studentami // Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki. 2021. T. 10. № 2. S.285-301.
3. Kaminchenko D.I. Obshchestvenno-politicheskaya rol' territorial'nykh internet-soobshchestv // Vestnik permskogo universiteta. Politologiya. 2021. T.15. № 1. S.97-108. DOI: <https://doi.org/10.17072/2218-1067-2021-1-97-108>
4. Popov K.N. Internet i formirovanie mestnykh soobshchestv // Trudy Instituta sistemnogo analiza Rossiyskoy akademii nauk. 2017. T. 67. № 2. S. 79-90.
5. Skuratov A.B. Lokal'nye Internet-soobshchestva kak novyy sotsial'nyy fenomen // Diskurs-Pi: nauchno-prakticheskii al'manakh. 2010. № 1-2 (9-10). S. 48-53.
6. Tishchenko V.V., Zhukova T.I., Popkov Yu.S. Setevye vzaimodeystviya: predmet issledovaniya i ob'ekt modelirovaniya. M.: LENAND. 2014. 352 s.
7. Aristeidou M., Scanlon E., Sharples M. Profiles of engagement in online communities of citizen science participation // Computers in Human Behaviour. 2017. Vol.74. P.246-256. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.04.044>
8. Borucki I., Michels D., Marschall S. Die Zukunft digitalisierter Demokratie – Perspektiven für die Forschung // Zeitschrift für Politikwissenschaft. 2020. № 2. P.359-378. DOI: <https://doi.org/10.1007/s41358-020-00234-3>
9. Brandtzæg P.B., Heim J. Why people use social networking sites // In: Ozok A.A., Zaphiris P. (eds) Online Communities and Social Computing. OCSC 2009. Lecture Notes in Computer Science. Springer, Berlin, Heidelberg. 2009. P.143-152. DOI: [https://doi.org/10.1007/978-3-642-02774-1\\_16](https://doi.org/10.1007/978-3-642-02774-1_16)
10. Dolata U., Schrape J.F. Internet, Big Data und digitale Plattformen: Politische Ökonomie – Kommunikation – Regulierung // Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. 2022. Vol. 74 (supplement). № 1. P.1-9. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11577-022-00843-6>



11. Donges P. Digitalisierung der politischen Kommunikation // KZfSS Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. 2022. Vol. 74. Supplement Issue 1. P.209–230. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11577-022-00834-7>
12. Kantanen H., Manninen J. Hazy boundaries: Virtual communities and research ethics // Media and Communication. 2016. Vol. 4. № 4. P.86-96. DOI: <https://doi.org/10.17645/mac.v4i4.576>
13. Kiselev P., Matsuta V., Feshchenko A., Bogdanovskaya I., Kiselev B. Predicting verbal reasoning from virtual community membership in a sample of Russian young adults // Heliyon. 2022. Vol. 8, № 8. P. 1-12.
14. Kocks J.N., Raupp J. Zur digitalen Präsentation von Repräsentation: Parlamentarische Öffentlichkeitsarbeit unter Online-Bedingungen // In: Kocks K., Knorre S., Kocks J. (eds) Öffentliche Verwaltung – Verwaltung in der Öffentlichkeit. Springer VS, Wiesbaden. 2020. P.103-137. DOI: [https://doi.org/10.1007/978-3-658-28008-6\\_6](https://doi.org/10.1007/978-3-658-28008-6_6)
15. Kocks K., Knorre S., Kocks J.N. Verwaltung in der Öffentlichkeit: Zur Bedeutung kommunikativer Problemstellungen in den Zeiten technologisch induzierten Medienwandels // In: Kocks K., Knorre S., Kocks J. (eds) Öffentliche Verwaltung – Verwaltung in der Öffentlichkeit. Springer VS, Wiesbaden. 2020. P. 1-11. DOI: [https://doi.org/10.1007/978-3-658-28008-6\\_1](https://doi.org/10.1007/978-3-658-28008-6_1)
16. Naranjio-Zolotov M., Oliveira T., Casteleyn S., Irani Z. Continuous usage of e-participation: The role of the sense of virtual community // Government Information Quarterly. 2019. Vol. 36. P. 536-545. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.giq.2019.05.009>
17. Radtke, J., Saßmannshausen, S.M. Auf dem Weg zur responsiven Demokratie? Online-Öffentlichkeitsbeteiligung in der Stadtentwicklung als aktiver Link zwischen Kommunalpolitik und Bevölkerung // Zeitschrift für Politikwissenschaft. 2020. Vol. 30. № 2. P. 329–358. DOI: <https://doi.org/10.1007/s41358-020-00233-4>
18. Serradell-Lopez E., Lara-Navarra P., Martínez-Martínez S. The Pareto Principle in virtual communities of learning // Computers in Human Behaviour. 2023. Vol. 138. P. 1-6. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107444>
19. Szyszka P. Die Krux öffentlicher Verwaltungskommunikation – Public Relations der öffentlichen Verwaltung // In: Kocks K., Knorre S., Kocks J. (eds) Öffentliche Verwaltung – Verwaltung in der Öffentlichkeit. Springer VS, Wiesbaden. 2020. P. 13-37. DOI: [https://doi.org/10.1007/978-3-658-28008-6\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-658-28008-6_2)