

ОБСУЖДАЕМ ОБЩЕСТВО

УДК 316.485.22

СУБЪЕКТЫ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПРОТЕСТОВ В РЕГИОНЕ: ИНТЕРЕСЫ, УБЕЖДЕНИЯ, МОТИВЫ

К.А. АнтоновНовосибирский государственный
технический университет

1tv@ngs.ru

Статья является частью проекта «Коммуникативные механизмы политической мобилизации». С использованием различных социологических процедур ведется наблюдение, регистрация и анализ данных, отражающих динамику изменения политического сознания субъектов политических акций, формы их самоорганизации и участия в реальной политике. Важнейшим объектом наблюдения являются современные коммуникативные механизмы и технологии, значительно увеличивающие скорость формирования коллективных солидарностей, сетевых сообществ, обладающих мощнейшим мобилизационным ресурсом.

Ключевые слова: акции протеста, коммуникация, политические убеждения, поколенческий разрыв, политическая мобилизация, гражданское общество, солидарность, сетевые сообщества.

Кто они, «герои» массовых акций протеста, которые нанесли чувствительный удар по легитимности власти и разрушили иллюзию стабильности, являвшуюся политическим брендом российской правящей элиты? Фрилансеры, маргиналы, наймиты Госдепа – так охарактеризовала растерявшаяся власть тех, кто неоднократно выходил на массовые акции протеста не только в столице, но и в регионах.

В настоящей статье представлены данные, полученные в ходе анкетного опроса, проведенного во время акции протеста в Новосибирске 12 июня 2012 г.¹

¹ Согласно данным ГУВД по Новосибирску, 12 июня на площади им. Пименова в 15.00 на согласованный митинг объединенной оппозиции собрались 60 чел. По данным организаторов митинга, участников протестной акции было более 350. Механический подсчет исследовательской группы фактически подтвердил расчеты органи-

Возраст. Пол. Образовательный уровень. Профессиональная деятельность.

В категории «возраст» была предложена частотность, учитывающая, что современные акции протеста имеют явный поколенческий профиль. Демографическая категория, включенная в исторический контекст, приобрела социально-политические характеристики – 300-320 чел. Участникам акции было роздано 280 анкет. Из этого количества заранее подготовленных анкет в исследовательскую папку были возвращены 273. Из выборки заранее исключались активисты и руководители партий и общественно-политических движений, сотрудники правоохранительных органов в форме, случайные прохожие, журналисты. Проведению «раздаточного» анкетирования предшествовало проведение других диагностических процедур: свободное интервью (опрошено 44 чел. – активисты политических партий и движений), фокус-групп (8 с участием представителей политических движений, формализованных в социальной сети «ВКонтакте»), анализ публикаций в СМИ.