НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Институт экономики и менеджмента

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ЭКОНОМИКИ: ЧЕЛОВЕК И СОЦИУМ (ИТЭ-ЧС 2021)

**Материалы
VII Международной научной конференции**

Томск, 21–23 октября 2021 г.

Ответственный редактор М.В. Чиков

Томск
Издательство Томского государственного университета
2021

Литература

1. Гончаров И.А. Исторические основы формирования и развития правовых институтов собственности // Обращение и право. 2020. № 5. С. 360–368.
2. Гражданское право. Актуальные проблемы теории и практики: в 2 т. Т. 2. М.: Юрайт, 2019. 525 с.
3. Васильчиков А.В. Землевладение и земледелие в России и других европейских государствах. СПб., 1883. Т. 1. С. 618.

УДК 316.48

DOI: 10.17223/978-5-907442-40-5-2021-120

З.Н. Сергеева

Новосибирский государственный технический университет

СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА КАК НОВАЯ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ СТРУКТУРА ОТСТАИВАНИЯ ЖИТЕЛЯМИ СОЦИАЛЬНЫХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИНТЕРЕСОВ В УСЛОВИЯХ ГОРОДСКИХ КОНФЛИКТОВ

Ключевые слова: социальные медиа, социальные сети, сообщество, городской конфликт

Использование социальных медиа превращается в норму поведения современного человека и дает основание говорить о превращении социальных практик в интегративный социальный мегаинститут с уникальным институциональным порядком, способным воплощать и реализовывать в цифровой среде ключевые социальные функции.

Созависимость цитируемости регионального контента с размещением и тиражируемостью его же в одноименных социальных сетях многократно увеличивают информированность и вовлеченность аудитории в обсуждение проблем региона. Наглядно это показывают их позиции в общероссийских рейтингах СМИ: НГС.Новости (13), Иркутск онлайн (59), Екатеринбург (68) [1].

Фактически ранее отсутствующая обратная связь редакции печатных локальных СМИ заменяется мгновенным распространением информации через различные инструменты социальных медиа: интернет-форумы; блоги; подкасты; вики; электронная почта; социальные сети; социальные агрегаторы; онлайн-игры. Под мощным прессом инфлюенсеров как лидеров мнений, их коллаборации, социальные медиа оказывают колоссальное влияние на процессы конфронтационной мобилизации населения в ситуациях противостояния социальным и экономическим изменениям, особенно на уровне локальной территории, города или региона.

Чтобы оценить их потенциал влияния на городские конфликты нами был осуществлен контент-анализ 72 кейсов городских конфликтов Новосибирской агломерации¹. Из выявленных конфликтов, 19 конфликтов имеют сообщество в социальной сети ВКонтакте (ВК), а 11 имеют сообщества как в ВК, так и на Facebook(FB). Они имеют признаки сообществ, действующих в онлайн и офлайн пространстве и осуществляющих активное сопротивление инфраструктурным и иным девелоперским проектам. Эти группы демонстрируют высокий индикатор вовлеченности аудитории и сфокусированы на градостроительной повестке. Характерная особенность этих групп – «репортажный» стиль ведения группы: привлечение первых лиц, наличие видео, комментариев, репостов со страниц СМИ, демонстрация документов, привлечением инфлюенсеров и т.д. Офлайн сопротивление усиливается его онлайн-продвижением через социальные сети, обеспечивая тем самым высокую мобилизацию в конфликт.

У 53 конфликтов (из 72) группы в социальных сетях отсутствуют, однако у 14 из них есть публикации в локализованных по территории, группах социальных сетей. А о 39 кон-

---

¹ Контент-анализ проведен с помощью сервиса статистики и аналитики контента сообществ социальных сетей Popsters конфликтов Новосибирской агломерации с октября 2020 г. по май 2021 г.

фликтах из 53 не имеющих группу, то есть у большей половины из всех изученных, отсутствует какое-либо упоминание в социальных медиа вообще. О них, можно узнать из «первых уст» или традиционных СМИ и их электронных версий.

Создание сообщества и его продвижение требует активной позиции модератора и его знаний о распространении информации, а это невозможно без роли «модератор-субъект конфликта». Устойчивость и результативность в достижении цели обеспечивается благодаря структурной устойчивости онлайн групп, достигаемой за счет совмещения возможностей сетей ВК и FB. Если коммуникативная активность первой обеспечивает высокую вовлеченность в онлайн и офлайн конфликт, то вторая, информационную поддержку, за счет активности в комментариях и поддержки региональных инфлюенсеров.

Активная коммуникация в социальных медиа повышает вовлеченность в конфликт горожан, властных и бизнес структур, способствует выходу в СМИ, что обостряет необходимость противостоящей стороны входить в коммуникацию, тем самым создавая основания для формирования социальных контрактов. Такое групповое имплицитное соглашение может предполагать поиск компромиссных решений для выхода из конфликта: отсрочки решений, дополнение обязательств сторон, частичный отказ от каких-либо действий и др. Таким образом, эффективно выстроенные коммуникации оборонительных групп в социальных медиа сокращают транзакционные издержки по манифестированию позиций, их отстаиванию или даже согласованию интересов.

Статья подготовлена в рамках проекта «Оборонительные сообщества жителей в городских конфликтах» (РГНФ № 20-411-540003).

Литература

1. Brand Analytics // Топ-100 виральных русскоязычных медиаресурсов, ИЮНЬ 2021. 01.09.2021. URL: <https://br-analytics.ru/blog/top-100-media-june-2021/>

УДК 338

DOI: 10.17223/978-5-907442-40-5-2021-121

Д.А. Ситкевич

*Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации*

ТЕНЕВОЙ СЕКТОР ЭКОНОМИКИ: ЛЕГАЛИЗИРОВАТЬ НЕЛЬЗЯ ТЕРПЕТЬ?

Ключевые слова: теневая экономика, легализация, дебюрократизация, экономическая политика

Разговоры о том, что делать с внезаконным сектором экономики, широко распространены во многих странах и регионах, в том числе и на Северном Кавказе, где власти регулярно говорят о легализации как об источнике экономического роста. Однако обоснованы ли подобного рода ожидания, и как именно можно подталкивать предпринимателей выходить из тени?

Ранние представления о теневом бизнесе подразумевали, что неформальная экономика – неэффективная форма организации производства, поэтому государство должно прилагать усилия для её сокращения. Однако современные исследования показывают, что это не совсем так:

1. Фирмы часто уходят в тень из-за того, что их легальное существование из-за высокого уровня налогов или государственного регулирования будет еще более неэффективным [6].

2. Хотя зарегистрированные фирмы демонстрируют более высокий уровень производительности, связано это с эффектом самоотбора [1].