

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

На правах рукописи

Парма Роман Васильевич

ПОЛИТИЧЕСКАЯ МОБИЛИЗАЦИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

5.5.2. Политические институты, процессы, технологии

ДИССЕРТАЦИЯ
на соискание ученой степени
доктора политических наук

Научный консультант

Бродовская Елена Викторовна,
доктор политических наук, доцент

Москва – 2025

Оглавление

Введение.....	4
Глава 1 Теоретическое основание исследования политической мобилизации в социальных сетях.....	36
1.1 Теории социального поведения и коллективных действий.....	36
1.2 Концепции исследования политической мобилизации.....	77
1.3 Концептуальные основы исследования социальных сетей.....	105
Глава 2 Модель исследования политической мобилизации в социальных сетях цифровых коммуникаций.....	121
2.1 Политическая мобилизация в онлайн-пространстве.....	121
2.2 Мета-анализ исследований политической онлайн-мобилизации.....	178
2.3 Методология и методика эмпирического исследования политической мобилизации в социальных сетях цифровых коммуникаций.....	213
Глава 3 Социальная организация пространства политической мобилизации в сетях цифровых коммуникаций.....	258
3.1 Формирование и контроль пространства политической коммуникации в социальных медиа.....	258
3.2 Политическое структурирование российского пространства социальных медиа.....	305
3.3 Факторы социального влияния на политическую мобилизацию в социальных медиа.....	334
Глава 4 Информационные потоки политической мобилизации в российском сегменте социальных медиа.....	375
4.1 Дискурсивное поле информационных потоков политической мобилизации.....	375
4.2 Динамика изменений сетевых акторов и инфраструктуры информационных потоков политической мобилизации.....	395
4.3 Базовые параметры информационных потоков политической мобилизации.....	417

Глава 5 Процесс политической онлайн-мобилизации массовых офлайн-акций....	441
5.1 Взаимосвязь политической активности в онлайн- и офлайн-пространствах.....	441
5.2 Механизмы конверсии, инверсии и конвекции политической мобилизации в социальных медиа.....	462
5.3 Технологии политической онлайн-мобилизации совместных офлайн-действий.....	522
Заключение.....	549
Список литературы.....	559
Приложение А Перечень цифровых сообществ для реализации когнитивного картирования контента.....	620
Приложение Б Матрица когнитивного картирования контента.....	621
Приложение В Словари поисковых запросов автоматизированного социально-медийного анализа.....	625
Приложение Г Анкета социологического опроса «Общественно-политическая активность российских граждан».....	632

Введение

Актуальность темы исследования. Политическая мобилизация предполагает готовность людей к совместным действиям для достижения общественных изменений. В настоящее время эпицентрами политической мобилизации выступают цифровые платформы социальных медиа. За последние два десятилетия социальные сети превратились из средства коммуникации в полноценную цифровую инфраструктуру, переопределяющую власть, нормы и способы управления обществом. В данной работе выявляется значимость социальных сетей как инструмента политической мобилизации в условиях наступившей цифровой эпохи. Важность темы исследования связана, прежде всего, с расширением масштаба социальных сетей цифровых коммуникаций, изменением форматов политического участия, усилением влияния создателей цифровых платформ, применением политических технологий, укреплении государственного суверенитета и возникновением проблем национальной безопасности.

Образование глобального киберпространства, построенного посредством современных информационно-коммуникативных технологий на сетевых принципах управления, стало вехой в развитии человечества. В настоящее время цифровые коммуникации стали доступными для абсолютного большинства мирового населения. Согласно статистическим данным, в 2024 году число пользователей Интернетом достигло 5,5 млрд, что охватывает 68% жителей Земли. Мировая аудитория социальных медиа составила 5,2 млрд пользователей или 63% населения. Более 2,5 часов в день составляет время «погружения» в социальные сети, рассчитанное в среднем на каждого Интернет-пользователя. В ряде стран число пользователей социальных медиа приблизилось к максимальным значениям подключения к цифровым коммуникациям [641]. Широкий охват населения Интернетом и социальными медиа сделал мир более глобальным и связанным сетевыми коммуникациями, что приводит к образованию «сетевого общества». В ряде стран реализуются проекты формирования «электронных правительств», развития порталов госуслуг, продвижения Интернет-ресурсов гражданских инициатив, закладывающие основания взаимодействия между государством и обществом посредством цифровых коммуникаций.

Социальные сети расширяют возможности политического участия, способствуя формированию новых форм коллективных действий и преобразованию способов коммуникаций между людьми. Цифровые технологии открыли возможности для адресного распространения информации и взаимодействия между

пользователями в реальном времени с низкими издержками, преодолевая барьер больших расстояний. Как представлялось, посредством цифровых коммуникаций люди могут свободно взаимодействовать, обмениваться сообщениями, формировать сообщества и организовывать акции. Виральность контента позволяет быстро и широко вовлекать множество пользователей в совместные действия. Сетевая структура социальных медиа создала условия для расширения репертуара и опций политического участия, не ограниченных локацией пользователей и значительными затратами усилий. Социальные сети стали площадками для демонстрации солидарности, координации действий и сбора ресурсов. Интерактивные онлайн-коммуникации сформировали цифровое пространство общественной активности, опосредовав политические действия в физическом офлайн-пространстве.

Вовлекая аудиторию пользователей в социальные сети, создатели цифровых платформ используют алгоритмические инструменты для управления информационными потоками. Социальные сети воздействуют на поведение и предпочтения пользователей посредством редакционной цензуры, генерации контента, рекомендательных систем, контекстной рекламы, создания ботов, блокировки аккаунтов, настройки отношений, продвижения или изоляции сообществ. Алгоритмы платформ социальных медиа усиливают политическую поляризацию, создавая напряженность в отношениях пользователей, способствуя формированию идентичности соперников. Технологии микротаргетирования позволяют осуществлять персонализированное воздействие на пользователей, учитывая психотипы, предрасположенности и предпочтения. Цифровые коммуникации позволяют манипулировать общественным мнением, способствуя распространению фейковой информации либо скрыванию достоверной информации. Цифровые платформы получили возможность, нарушая приватность жизни пользователей, отслеживать их действия, аккумулируя большие данные.

Открывшиеся возможности создания сетевой инфраструктуры взаимодействия и распространения информационного контента в социальных медиа обусловили интерес политических акторов, ориентированных на достижение масштаба, интенсивности и направленности политических действий. С одной стороны, информационно-коммуникационная инфраструктура стимулирует перетекание политической активности из физического в цифровое пространство. С другой стороны, политические акторы и группы интересов стремятся управлять информационными потоками, генерируя и распространяя цифровой контент для формирования общественного мнения граждан и конверсии гражданской онлайн-активности в политические офлайн-действия. Социальные медиа стали полем применения политических технологий, которые зачастую направлены

на манипулирование общественным мнением, провоцирование протестных действий и совершение государственных переворотов.

Интенсивное распространение негативного контента посредством вовлечения активных пользователей и применения платформами алгоритмов используется для нагнетания внешнего и внутреннего информационного давления, которое позволяет формировать общественное недовольство как необходимое условие протестной мобилизации. Функциональные возможности социальных медиа помогают координировать совместные действия, организовать массовые акции, формировать общественные движения, которые способны влиять на принятие политических решений. Сервисы социальных медиа способствуют постановке сценариев «цветных революций», по сути, государственных переворотов, которые приводят к системной политической дестабилизации и значительным социальным издержкам. Наглядными примерами попыток реализации таких сценариев считаются события в ряде стран арабского мира (Алжир, Египет, Ливия, Сирия, Тунис, Йемен и др.) и постсоветского пространства (Армения, Беларусь, Грузия, Казахстан, Кыргызстан, Молдова, Россия, Украина).

Расширение глобального влияния социальных медиа на общество стало вызовом для национальных государств, которые пытаются ограничить внешнее давление, устанавливая в цифровом пространстве «правила игры». Ряд государств, претендующих на самостоятельную роль на мировой арене, стремятся установить «цифровой суверенитет» посредством формирования институциональных границ национальных сегментов социальных медиа. Государства ограничивают деятельность иностранных Интернет-компаний, вводят требования к юридическому статусу, правилам обращения с персональными данными пользователей, хранения сведений об их действиях по «цифровым следам», оставляемым в киберпространстве. На современном этапе национализация цифрового пространства стала общим трендом государственной политики во многих странах. Показательными примерами таких государств являются Китай, Индия, Бразилия, Россия, США и объединение государств Европейского Союза.

Согласно Стратегии национальной безопасности Российской Федерации, утвержденной Указом Президента Российской Федерации от 02.07.2021 № 400, враждебные страны применяют не прямые методы воздействия, провоцирующие раскол российского общества и долговременную политическую нестабильность. Внешнее информационное давление на российских граждан посредством цифровых коммуникаций провоцирует деструктивные процессы, вызывающие радикализацию протестного движения, межнациональную и межконфессиональную рознь. Глобальные Интернет-компании зачастую используют социальные медиа для

распространения негативного манипулятивного контента, экстремистских моделей поведения и организации незаконных массовых акций. Интернет-корпорации модерируют распространение медиаконтента, стремятся сохранить доминирующее положение, блокируя развитие альтернативных платформ. Российская государственная политика обеспечения информационной безопасности предусматривает защиту национального сегмента Интернета, препятствуя деструктивному информационному воздействию иностранных пропагандистских структур на российское общество [8].

В настоящем диссертационном исследовании политическая мобилизация понимается одновременно как процесс формирования готовности социальных групп к массовым политическим действиям и как технология привлечения субъектами политики сторонников для достижения политических целей. Понятие «социальные сети цифровых коммуникаций» введено в научный оборот из-за необходимости различения цифровой и аналоговой коммуникации; разделения способов взаимодействия в онлайн- и офлайн-средах; существующих разночтений в отнесении различных цифровых платформ к категории «социальные медиа»; легального определения социальных сетей как электронных сайтов, систем и программ для распространения информации среди Интернет-пользователей. В диссертационном исследовании понятие «социальные сети цифровых коммуникаций» ограничивается цифровыми платформами социальных сетей и мессенджерами, позволяющими пользователям получать информацию, обмениваться сообщениями и создавать цифровой контент.

Исследовательский вопрос:

Кто, зачем, как и с какой результативностью осуществляют политическую мобилизацию в социальных медиа?

Научная проблема. В научном дискурсе отмечается доминирование идеологизированных концепций, создающих искаженное понимание процесса политической мобилизации в социальных медиа, ее технологических возможностей и институциональных ограничений. При этом прослеживается несоответствие между сложившимися в политической науке подходами к пониманию природы, объяснению механизмов, интерпретации эффектов политической мобилизации в социальных медиа и масштабом, динамикой, инфраструктурой, технологиями информационного воздействия на вовлеченных в цифровые сети пользователей.

Хронология исследования: 2010–2023 годы.

Степень разработанности темы исследования. В научном дискурсе теоретической части исследования выделяются ключевые концепции, обозначающие акторов и факторы политической мобилизации в созданном онлайн-

пространстве. Мета-анализ зарубежных исследований влияния цифровых коммуникаций на политическое участие позволил выявить главный дискуссионный вопрос о неоднозначных эффектах социальных медиа для политической мобилизации.

Для сопоставления результатов автором был проведен мета-анализ российских исследований политической мобилизации в цифровой среде на основании совокупности более 200 научных статей по теме исследования, опубликованных с 2010 года по 2023 год в индексируемых высокорейтинговых журналах. В качестве переменных мета-анализа выбраны год выхода публикации, объект, предмет и результат проведенных исследований, а также установленные эффекты влияния цифровых коммуникаций на процесс политической мобилизации. Обозначение года публикации научной статьи позволило проследить динамику интереса к исследуемой теме, соотнеся ее с происходящими политическими событиями в России и глобальном мире. Указание объекта и предмета исследования помогло определить доминирующие ракурсы и аспекты рассмотрения темы. Обозначение метода исследования позволило выявить способы получения новых знаний в рамках общей тематики. Распределение совокупного количества статей по годам, попавших в итоговую выборку, свидетельствует о кратном увеличении интереса российских исследователей к теме политической мобилизации в цифровом пространстве за последнее десятилетие. В определенный период времени тематика стала своеобразным научным мейнстримом среди российских исследователей.

Первая волна публикаций 2010–2015 годов, вызванная «революционными» событиями «арабской весны» и российскими протестами «рассерженных горожан», характеризуется рецепцией концепций зарубежных авторов. Российские исследователи восприняли, прежде всего, наиболее конъюнктурные положения о горизонтальной структуре связей в социальных сетях, открытии широких возможностей для индивидуального самовыражения в цифровой среде, освобождении народов от тирании авторитарных режимов посредством онлайн-коммуникаций. В то же время обозначились критические позиции, которые интерпретировали расширение влияния новых медиа как угрозу для государственного суверенитета из-за внешнего информационного воздействия на социум, как возможность манипулирования общественным мнением из-за вбросов фейковых сообщений, как технологию сетевой мобилизации пользователей для участия в массовых акциях протеста. К числу наиболее значимых научных публикаций рассматриваемого периода следует отнести статьи следующих исследователей: Бродовская Е.В., Ваньке А.В., Володенков С.В., Ксенофонтова И.В., Курочкин А.В., Манойло А.В., Мельник Г.С., Римский В.Л.,

Рябова Т.Б., Семенов А.В., Сморгунюв Л.В., Соколов А.В., Усачева О.А., Ушкин С.Г., Филатова О.Г., Шерстобитов А.С., Шишкина А.Р., Яницкий О.Н. и других.

На *втором этапе исследований политической мобилизации в социальных сетях в 2016–2020 годах* возростала доля прикладных статей. Особое значение приобрели темы протестной мобилизации и экологического движения. В противовес либеральной идеологии цифровых коммуникаций как средства «освобождения угнетенных народов» в исследованиях оформляется консервативная идеология «защиты государственного суверенитета» посредством противодействия внешнему информационному вмешательству и политическим технологиям «цветных революций». Помимо исследований процесса политической мобилизации стали появляться исследования обратного процесса политической демобилизации. Вторым этапом представлен широкой палитрой работ следующих исследователей: Антоновский А.Ю., Архипова А.С., Ахременко А.С., Ачкасова В.А., Бараш Р.Э., Башева О.А., Бродовская Е.В., Бронников И.А., Василькова В.В., Володенков С.В., Гладченко И.А., Головин Н.А., Гольбрайх В.Б., Жуков Д.С., Кольцова О.Ю., Киняшева Ю.Б., Малькевич А.А., Ним Е.Г., Семенов А.В., Соколов А.В., Палагичева А.В., Радина Н.К., Рябченко Н.А., Ушкин С.Г., Федорченко С.Н., Шульц Э.Э., Щекотуров А.В. и других.

На *третьем этапе исследований политической мобилизации в 2021–2023 годах* произошел резкий рост интереса к теме со стороны российских ученых. В центре внимания оказались вопросы влияния внутренних структурных и внешних медийных факторов на общественные настроения российских граждан. Политическая мобилизация в социальных медиа все больше стала рассматриваться как технологический процесс конструирования протестных действий. Некоторые исследователи пытались соотнести мобилизационные потенциалы провластных и оппозиционных сил. Особое внимание исследователи уделяли молодежи как социальной группе в наибольшей степени подверженной протестной мобилизации. Экологические проблемы, к которым добавился фактор пандемии коронавируса, стали еще более выраженным фактором организации протестных действий. К наиболее значимым публикациям третьего этапа исследований относятся статьи следующих авторов: Азаров А.А., Архипова А.С., Ахременко А.С., Ачкасова В.А., Бадмацыренов Т.Б., Бараш Р.Э., Батанина И.А., Бродовская Е.В., Бронников И.А., Быков И.А., Бубнов А.Ю., Володенков С.В., Гавра Д.П., Головацкий Е.В., Гольбрайх В.Б., Домбровская А.Ю., Ермолаева П.О., Жуков Д.С., Звоновский В.Б., Курочкин А.А., Милованова М.В., Панкратов С.А., Петров А.П., Попова О.В.,

Расторгуев С.В., Ребрина Л.Н., Сморгунев Л.В., Соколов А.В., Стукал Д.К., Тимофеева Л.Н., Толокнев К.А., Ушкин С.Г., Федорченко С.Н. и других.

В России сформировалось несколько научных центров, сосредоточенных на исследовании политической активности в среде цифровых коммуникаций. Исследовательские группы сконцентрировались в крупных университетских центрах, таких как Высшая школа экономики, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Санкт-Петербургский государственный университет, Финансовый университет, РАНХиГС. Среди институтов Российской академии наук ведущие позиции в данной области исследований удерживают подразделения ФНИСЦ РАН, в частности Институт социологии и Социологический институт. Тематика исследования представлена также на площадках ведущих региональных университетов, в числе которых Ярославский государственный университет имени П.Г. Демидова, Волгоградский государственный университет, Томский государственный университет, Тульский государственный университет, Кубанский государственный университет и др. Причем с каждым годом представленность региональных авторов и университетов в разработке данной темы расширяется.

Главной линией разграничения исследовательских центров является научная отрасль, разделение на специалистов политической и социологической наук. Пересечения между этими сегментами остаются крайне низкими, что обусловлено различиями в подходах, методах и инструментах изучения сетевой гражданской активности. Социологи часто ограничиваются традиционными социологическими методиками, доказавшими свою эффективность, в то время как политологи проявляют большую гибкость и готовность к научным экспериментам, используют широкий набор исследовательских методик, включая аналитику социальных медиа, дискурсивный анализ, когнитивное тестирование, математическое моделирование и прочее.

Различные аспекты темы исследования нашли отражение в авторских научных статьях, опубликованных в высокорейтинговых отечественных журналах. Данные статьи затрагивают вопросы динамики электоральной активности в современных обществах [389], форм и интенсивности политического участия в цифровой среде коммуникаций [390], вовлечения российских граждан в общественное участие посредством социальных сетей [369], формирования инфраструктуры гражданского участия в социальных медиа [316], выявления особенностей общественной активности в онлайн- и офлайн-средах [368], определения поколенческих различий гражданского участия [371], отношения социальных групп к государственному регулированию деятельности социальных

медиа [372], воздействия манипулятивного эффекта поисковых систем (SEME) на электоральные предпочтения [281], восприятия гражданами введения государством обязательных ограничений в экстраординарных условиях пандемии [370], обозначения амбивалентных эффектов общественного участия в онлайн-пространстве [373], продвижения патриотического дискурса в социальных медиа [375], применения деструктивных технологий внешнего информационно-психологического воздействия [376].

Цель исследования состоит в определении возможностей и ограничений политической мобилизации в социальных сетях цифровых коммуникаций.

Для достижения поставленной цели были определены следующие **задачи**:

- 1) *сопоставить* теории социального поведения и коллективных действий;
- 2) *выделить* основные концепции исследования политической мобилизации;
- 3) *обозначить* концептуальные основы исследования социальных сетей;
- 4) *систематизировать* концептуальные аспекты исследования политической мобилизации в пространстве цифровых коммуникаций;
- 5) *реализовать* мета-анализ российских исследований политической мобилизации в цифровой среде;
- 6) *разработать* методологию, модель, методику эмпирического исследования политической мобилизации в социальных сетях цифровых коммуникаций;
- 7) *охарактеризовать* динамику расширения пространства социальных медиа и установления институциональных правил;
- 8) *диагностировать* структуру политических активностей и ориентаций российских пользователей социальных медиа;
- 9) *измерить* влияние социальных факторов на политическую мобилизацию в социальных медиа;
- 10) *охарактеризовать* дискурсивное поле информационных потоков политической мобилизации;
- 11) *оценить* динамику изменений сетевых акторов и инфраструктуры информационных потоков политической мобилизации;
- 12) *зафиксировать* параметры информационных потоков политической мобилизации;
- 13) *выявить* взаимосвязь политической активности в онлайн- и офлайн-пространствах;
- 14) *отразить* механизмы конверсии, инверсии и конвекции политической мобилизации в социальных медиа;

15) *конкретизировать* технологии политической онлайн-мобилизации массовых офлайн-действий.

Объект исследования – политическая мобилизация в социальных медиа.

Предмет исследования – информационные потоки, механизмы и технологии политической мобилизации в социальных сетях цифровых коммуникаций.

Область исследования диссертации соответствует п. 4. «Механизмы и технологии традиционной и цифровой политики: формы и уровни организации»; п. 5. «Политическое поведение и участие: артикуляция, агрегирование интересов, формы мобилизации»; п. 8. «Политические институты: формирование, развитие и современные трансформации»; п. 14. «Политический процесс: сущность, источники, структура, социальные основания и средовые факторы»; п. 19. «Глобализация, сетевизация и цифровизация: политические аспекты»; п. 29. «Информационные процессы и управление политическими коммуникациями: традиционные СМК, социальные медиа и сети»; п. 30. «Политические технологии и специфика их применения» Паспорта научной специальности 5.5.2. Политические институты, процессы, технологии (политические науки).

Эмпирическая база исследования включает ряд блоков, в которых рассматриваются различные аспекты политической мобилизации в социальных сетях цифровых коммуникаций.

Первый блок составляют самостоятельные научно-исследовательские проекты, среди которых следует выделить:

- проведение в рамках исследования *«Формирование установок гражданской активности молодежи: факторы, технологии, общественно-политические эффекты»* социологического опроса молодежной аудитории по репрезентативной выборке 1200 респондентов в августе-сентябре 2020 года;

- реализацию в рамках исследования *«Гражданское и политическое участие в цифровом пространстве коммуникаций современной России»* в марте 2021 года социологического онлайн-опроса по репрезентативной выборке 1600 респондентов;

- осуществление в рамках исследования *«Цифровые платформы как инструмент мобилизации протестных настроений граждан Республики Беларусь и Российской Федерации в 2020–2021 гг.»* когнитивного картирования 1200 цифровых документов и автоматизированного социально-медийного анализа информационных потоков, совокупным объемом свыше 1 млн сообщений;

- выполнение в рамках реализации задач настоящего диссертационного исследования *«Комплексный анализ информационных потоков политической мобилизации в российском сегменте социальных медиа в период проведения специальной военной операции (2022–2023 гг.)»*, включающего когнитивное

картирование 1200 цифровых документов, фрейм-анализ тематических материалов в СМИ, автоматизированный социально-медийный анализ информационных потоков объемом свыше 23 млн сообщений, сетевой анализ 100 релевантных цифровых сообществ и аккаунтов.

Второй блок анализируемых данных включает российские исследования ведущих социологических центров. В частности, рассматривались результаты различных опросов ВЦИОМ, определяющие изменения протестных настроений российских граждан (2010-2023 годы), динамику социального и политического участия российских граждан (2011-2021 годы), отношение российских граждан к проведению специальной военной операции на Украине (март 2022 года, февраль 2024 года, репрезентативные выборки 1600 респондентов), тренды медиапотребления (сентябрь 2022 года, репрезентативная выборка 1600 респондентов), отношение к фейковым новостям (ноябрь 2023 года, репрезентативная выборка 1600 респондентов), уровень доверия к новостной информации (декабрь 2023 года, репрезентативная выборка 1600 респондентов) и др. Также использовались результаты опросов ФОМ, выявляющие проявления гражданского участия в Интернете (август 2012 года, репрезентативная выборка 1500 респондентов), общественную активность российских граждан в Интернете (июнь 2013 года, репрезентативная выборка 1500 респондентов), цифровые каналы распространения новостей (январь 2023 года, репрезентативная выборка 1500 респондентов), каналы получения новостной информации российскими гражданами (июль 2023 года, репрезентативная выборка 1500 респондентов) и др. В качестве эмпирических данных для оценки динамики и структуры медиапотребления российских пользователей социальных медиа привлекались киберметрические измерения 2021–2023 годов проекта «Cross Web» компании «Mediascope», а также показатели активности на различных платформах социальных медиа 2023 года системы мониторинга информации «Brand Analytics».

Третий блок составляют статистические данные ООН о численности народонаселения в мире и отдельных странах, размещенные на ресурсе «Worldometer»; сопряженные статистические и социологические данные о развитии цифровой среды, отраженные в ежегодных отчетах «Digital Global Overview Report» исследовательских компаний «Meltwater», «We Are Social», «Global Web Index», «Hootsuite», «Data Reportal».

Информационно-правовая база исследования. В аспекте институционального регулирования отношений и установления государственного суверенитета в обширном цифровом пространстве особое значение представляет анализ основополагающих нормативно-правовых актов ряда стран. К числу

наиболее значимых в США относится федеральный закон 1996 года «О приличиях в сфере коммуникаций» (Communications Decency Act, CDA), устанавливающий правовой иммунитет Интернет-компаний на распространение цифровой информации [21]; федеральные законы «Патриотический акт» (USA Patriot Act) 2001 года и «Акт о свободе» (USA Freedom Act) 2015 года, предоставляющих спецслужбам право отслеживать в Интернете информацию иностранных пользователей из соображений национальной безопасности [22, 23]; федеральный закон «Облачный акт» (CLOUD Act), открывающий легальный доступ к большим данным американских IT-компаний за рубежом; указ президента США «О борьбе с угрозой TikTok» 2020 года», ограничивающий управление платформой головной китайской компанией [24]; законопроекты 2023 года «Об ограничении угроз безопасности информационно-коммуникационных технологий» (Restrict Act), «О сдерживании технологических противников Америки» (Data Act), «О подотчетности Интернет-платформ и прозрачности для потребителей» (Pact Act); директивы Федеральной комиссии по связи (FCC) США и др.

К основным нормативно-правовым актам КНР, регулирующим отношения в цифровом пространстве, относятся правила комиссии по вопросам киберпространства (CAC) 2016 года, устанавливающие обязательные регистрацию пользователей и хранение информации о действиях; закон «О кибербезопасности» 2017 года, направленный на защиту государственного суверенитета от внешнего информационного воздействия [18]; закон «О борьбе с терроризмом» 2018 года, обязывающий Интернет-компании дешифровать информацию пользователей по требованию уполномоченных органов власти [13]; обновленные правила CAC 2022 года, предписывающие распространять позитивные ценности, ограничивающие применение цифровыми операторами рекомендательных алгоритмов и вводящие обязательную аутентификацию пользователей социальных медиа [19] и др.

В России нормативно-правовыми основаниями регулирования отношений в цифровом пространстве служат: Конституция Российской Федерации (в части, определяющей общие принципы государственного регулирования сферы связи, информации и массовых коммуникаций [1]), Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», провозглашающий свободу распространения информации, в том числе значительные дополнения от 06.07.2016 № 374-ФЗ к данному закону, обязывающие операторов Интернета проходить официальную регистрацию, проводить идентификацию пользователей, локализовать хранение контента в российской юрисдикции, предоставлять доступ к личной информации

уполномоченным службам [2, 3]; дополнения от 01.05.2019 № 90-ФЗ (неофициально названные «законом о суверенном Интернете») уполномочили Роскомнадзор контролировать деятельность Интернет-компаний, вести реестр социальных медиа, блокировать Интернет-ресурсы; Федеральный закон от 01.07.2021 № 236-ФЗ «О деятельности иностранных лиц в информационно-телекоммуникационной сети Интернет на территории Российской Федерации» обязал цифровые платформы открывать филиалы в России [7]; дополнения от 05.12.2022 № 478-ФЗ в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» дали официальное определение социальных сетей, уполномочили Роскомнадзор вести мониторинг и реестр социальных медиа, установили запрет на распространение недостоверной и экстремистской информации [4; 5]; дополнения в закон от 31.07.2023 № 406-ФЗ обязали Интернет-операторов обеспечивать аутентификацию пользователей сайтов, проверять достоверность контента информационных ресурсов, информировать пользователей о применении рекомендательных систем, а также запретили иностранным компаниям выступать агрегаторами новостной информации [6]; Указ Президента Российской Федерации от 02.07.2021 № 400 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации» обозначил задачи, меры защиты государственного суверенитета в информационном пространстве и противодействия внешнему вмешательству посредством информационно-коммуникационных технологий для дестабилизации общественно-политической ситуации [8]; Указ Президента Российской Федерации от 09.11.2022 № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей» обозначил соответствующие меры продвижения и защиты традиционных ценностей в современном информационном пространстве [9]; Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2024 № 309 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года» обозначил перспективы дальнейшего развития суверенного национального информационного пространства [10]; судебные решения в 2018 году ограничили функционирования мессенджера Telegram [11], а в 2022 году запретили деятельность социальных медиа «Facebook» и «Instagram» в России [12].

Примечание – Здесь и далее деятельность социальных медиа «Facebook» и «Instagram» компании Meta Platforms, Inc. признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации.

Гипотеза исследования. Политическая мобилизация в социальных сетях цифровых коммуникаций является инструментом формирования политических установок, закрепления паттернов политического участия. Технологические опции социальных медиа предоставляют следующие возможности для политической

мобилизации пользователей: быстрое, безграничное, дешевое, адресное распространение информации; формирование и организация деятельности сообществ с общими интересами, идеями и ценностями; вовлечение и рекрутирование сторонников для организации совместных действий.

Широкие технологические возможности политической мобилизации в социальных сетях цифровых коммуникаций сдерживают следующие ограничения: медиапотребление пользователей, предпочитающих развлекательный контент и избегающих политической информации; структурирование социальных ролей пользователей с выраженной склонностью к общественной пассивности и разобщенности; формирование политических ориентаций пользователей с выраженным неприятием политической деятельности; установление государствами институционального контроля над киберпространством; применение цифровыми платформами алгоритмической модерации распространения контента.

Расширение аудитории и информационного влияния социальных медиа влечет сужение возможностей политической мобилизации из-за ограничений структуры поведенческих паттернов пользователей, модерации цифровыми платформами распространения контента и установления государствами институциональных правил.

Масштабное расширение применения социальных медиа для задач политической мобилизации при ослаблении институционального контроля со стороны национальных государств и превалировании интересов глобальных политических акторов и аффилированных с ними Интернет-корпораций в будущем может повлечь за собой повторение волновых процессов, меняющих политических ландшафт в отдельных странах и субрегионах.

Однако установление государствами тотального контроля над пользователями цифровых коммуникаций посредством платформ социальных медиа приведет к нивелированию общественных дискурсов, снижению генерации информационных потоков, деградации политического участия, расширению сетей нелегальных сообществ и теневых структур, утверждению директивных способов политической мобилизации, что будет способствовать ослаблению политической системы.

Рациональное применение социальных медиа для задач политической мобилизации при наращивании цифрового суверенитета национальных государств и сдерживании внешнего давления со стороны глобальных политических акторов и аффилированных с ними Интернет-корпораций будет способствовать расширению позитивных общественно-политических эффектов, направленных на консолидацию общества и стабильное развитие государства.

Научная новизна исследования раскрывается в следующих положениях:

1) *Сопоставлены* концепции теорий социального поведения и коллективных действий, обозначающие необходимые условия и ключевые факторы повышения общественно-политической активности.

2) *Разработана* карта концепций политической мобилизации в пространстве цифровых коммуникаций, отражающая сложившиеся в политической науке группы концепций: либеральные, социальные, корпоративные и этатистские.

3) *Построен* социальный граф ключевых российских научных центров исследования политического онлайн-участия, демонстрирующий их взаимосвязи между собой, а также с зарубежными научными центрами и ведущими авторами.

4) *Создана* формально-логическая модель политической мобилизации в социальных сетях цифровых коммуникаций, показывающая процесс конверсии онлайн-активности в массовые офлайн-действия;

5) *Операционализирована* категория «политическая мобилизация», выделены такие ее структурные элементы, как пространство коммуникаций, социальное влияние и информационное воздействие.

6) *Обоснована* типология стратегий общественно-политической активности исходя из затрат усилий для участия, выраженная в ролевых моделях: активистов, сторонников, зрителей и пассивистов.

7) *Выявлено* на основе когнитивного картирования цифрового информационного потока о специальной военной операции то, что произошла пересборка политизированных сообществ в пространстве российского сегмента социальных медиа – разделение по линии лояльность/оппозиционность было дополнено размежеванием по линии патриотизм/коллорабонацанизм.

8) *Определено* по результатам фрейм-анализа информационных потоков политической мобилизации, включающего рамки потребностей, проблемных условий и решений, характерное содержание текстов четырех выделенных групп пользователей: провластных патриотов, оппозиционных патриотов, провластных коллаборантов и оппозиционных коллаборантов.

9) *Установлена* на основе анализа содержательных, динамических, структурных и технологических характеристик информационного потока о специальной военной операции следующая закономерность: высокий регламентированный уровень политической консолидации российских граждан в полной мере не соотносится с уровнем активной вовлеченности, которая формирует коллективное действие.

10) *Построена* по результатам автоматизированных сбора и обработки цифровых данных интерактивная карта инфраструктуры информационного потока

политической мобилизации пользователей российского сегмента социальных медиа в период проведения специальной военной операции, показывающая структурные взаимосвязи на основе пересечения аудиторий и контента.

11) *Реконструирована* на основе сетевого анализа архитектура информационных потоков политической мобилизации пользователей российского сегмента социальных медиа на основе сетевого анализа в период проведения специальной военной операции, отражающая особенности управления социально-медийными потоками.

12) *Разработана* потоковая модель политической мобилизации в социальных медиа, демонстрирующая процессы конверсии, инверсии и конвекции общественно-политической активности политических акторов.

Теоретическая значимость работы заключается в применении синтеза методологических подходов к исследованию политической мобилизации в социальных сетях цифровых коммуникаций – неинституционального, сетевого и конструктивистского – позволившего осуществить междисциплинарный поиск ответов на поставленные исследовательские вопросы, сохраняя фокус внимания на эволюции политической науки и ее возможностей в понимании природы и закономерностей сложных социальных процессов, детерминирующих политическое поведение пользователей.

В научный оборот введены модели политической мобилизации и ее базовых механизмов, уточняющие представления, сложившиеся в политической науке. Реализованная автором операционализация базовых понятий в системе объекта и предмета исследования – информационные потоки, механизмы и технологии политической мобилизации – позволяет осуществлять эмпирические измерения, используя широкую линейку методов, с помощью которых возможен анализ эмпирических объектов в реальном и цифровом пространствах. Применение арсенала разнообразных инструментов автоматизированного поиска и обработки данных расширяет возможности валидации результатов политических исследований процесса мобилизации.

Представленное исследование решает в рамках политических наук существенную задачу определения закономерностей, технологий и механизмов политической мобилизации в социальных сетях цифровых коммуникаций. При этом автор расширяет применение в политических исследованиях методологии и методики предиктивной аналитики Predictor Mining.

Практическая значимость работы заключается в том, что его основные результаты: модели, методики, полученные на их основе выводы, могут быть востребованы федеральными органами исполнительной власти для оптимизации

управления информационными потоками в социальных медиа, суверенизации национального сегмента Интернета, обеспечения национальной безопасности Российской Федерации. Предложенные параметры анализа информационных потоков уточняют и усиливают применяемые Центрами управления регионами, ситуационными центрами и иными профильными структурами способы идентификации цифрового контента и мониторинга ключевых социально-политических процессов по цифровым следам. Полученные эмпирические данные также представляют интерес для Центральной избирательной комиссии, общественной ассоциации «Независимый общественный мониторинг» и других структур, обеспечивающих защиту национальной избирательной системы от внешнего деструктивного информационного давления.

Методология и методы исследования. *Теоретический фундамент исследования* определяется оппонирующими и сопряженными теориями социального поведения и коллективных действий.

Теория социального поведения получила развитие в следующих рассмотренных концепциях: общественного мнения Г. Тарда, массового поведения Г. Лебона, социального порядка П.А. Сорокина, мобильности черт личности Г. Олпорта, структурного функционализма Р. Мертон, возникновения норм Р. Тернера и Л. Киллиана, прирастающей ценности Н. Смелзера, публичного поведения И. Гофмана, массового сознания Б.А. Грушина, стихийного поведения Ю.А. Шерковина, деятельности личности А.Н. Леонтьева, диспозиционной регуляции В.А. Ядова, социальных представлений С. Московичи.

Теория коллективных действий получила развитие в содержании следующих концепций: общественных норм Э. Дюркгейма, социального действия М. Вебера, структуры социального действия Т. Парсонса, символического интеракционизма Г. Блумера, рациональных действий М. Олсона, конструирования реальности П. Бергера и Т. Лукмана, относительной депривации Т. Гарра, рационального выбора Д. Коулмана, социального пространства П. Бурдьё, социальной структуризации Э. Гидденса, коллективной идентичности А. Мелуччи, политического протеста Б. Кландерманса, социальных дилемм Э. Остром.

Теоретическую основу исследования также составили концепции социальной модернизации (К. Дойч, С. Хантингтон, Р. Инглхарт, К. Вельцель), социальных революций (Ч. Тилли, Т. Скочпол, Д. Голдстоун) и общественных движений, включающие положения ресурсной мобилизации (М. Зальд, Д. Маккарти, Б. Эдвардс), конфликтной мобилизации (Э. Обершалл), когнитивной мобилизации (Д. Макадам), политических возможностей (С. Тарроу), коллективной идентичности (Ф. Поллетта), фрейминга смыслов (Р. Сноу, Д. Бенфорд), эмоциональной

мобилизации (Д. Джаспер), рациональной мобилизации (К.-Д. Опп), маркетинговой мобилизации (Б. Кландерманс), модель SIMCA (М. ван Зомерен).

Следующим теоретическим основанием исследования стала теория социальных сетей, раскрывающая структуру сетевой организации общества (Э. Дюркгейм, Ф. Теннис, Г. Зиммель, Г. Спенсер, П. Сорокин, Т. Парсонс, Я. Морено, Дж. Барнс), структуру социального обмена (А. Бэйвелас, Дж. Хоманс, П. Блау), функционирование сетевых коммуникаций (П. Лазарсфельд, С. Милгрэм, М. Грановеттер), устройство информационного общества (Д. Белл, Ф. Уэбстер), акторно-ресурсного конструирования (Б. Латур); организацию политического управления (Л.В. Сморгунов, А.С. Шерстобитов).

Методология исследования сложилась исходя из следующих концепций политической мобилизации в цифровом пространстве коммуникаций: Интернет-пространство коллективных действий (Б. Бимбер), «эхо-камеры» (К. Санстейн), «умная толпа» (Г. Рейнгольд), гибридное информационное пространство (Э. Чедвик), информационное подталкивание (Р. Талер, К. Санстейн), онлайн-активизм (Дж. Эрл, К. Кимпорт), власть коммуникаций (М. Кастельс), фильтрующие информационные пузыри (Э. Паризер), сети гражданской мобилизации (О.Н. Яницкий), логика связующих действий (Л. Беннетт, А. Сегерберг), слактивизм (Е. Морозов), реальный активизм (П. Гербаудо), новый цифровой мир (Э. Шмидт, Д. Коэн), цифровое политическое участие (Я. Теохарис, Я. ван Дейт), социальная физика (А. Пентленд), политические сети публичного управления (Л.В. Сморгунов), политическое управление Интернет-коммуникациями (С.В. Володенков), эффект манипулирования поисковой системой – SEME (Р. Эпштейн, Р. Робертсон), психологическое таргетирование (М. Косински, С. Мац), цифровая инфраструктура манипуляций – DIM (М. Крейн, А. Надлер), компьютерная пропаганда (С. Вулли, Ф. Говард), внешнее информационное давление (Е.В. Бродовская), цифровой колониализм (М. Квет), надзорный капитализм (Ш. Зубофф), силовое подавление (А.С. Ахременко).

Методология прикладного исследования строится на основании неонституционального, сетевого и конструктивистского подходов. Сочетание подходов позволяет раскрыть возможности и ограничения структуры сетевой организации, механизмы социального взаимодействия и способы информационного воздействия.

Неонституциональный подход ориентирован на исследование влияния формальных и неформальных общественных норм или правил на поведение индивидов и сообществ (Д. Норт, Р. Гудин), в частности, в политической сфере (В. Меркель, А. Круассан, Дж. Марч, Дж. Олсен, Ю.В. Ирхин). В настоящем

исследовании ключевое значение имеет социологическая версия нового институционализма. В этом течении институты трактуются как формальные правила, процедуры и нормы, так и системы символов, когнитивных сценариев и моральных шаблонов, которые обеспечивают «рамки смысла», направляющие действия индивидов (П. Холл, Р. Тейлор).

В центре внимания представителей *сетевого подхода* находится структура связей между акторами, которыми выступают индивиды, группы и организации. Сетевой подход базируется на изучении взаимодействия и координации действий участников сообществ (Я. Морено, П. Лазарсфельд, С. Милгрэм, М. Грановеттер). Положение акторов в социальной сети, их статус и влияние определяется в зависимости от содержания, направленности и силы связей. Сетевой анализ строится на выявлении множества объектов, обозначаемых узлами или акторами, и отношений взаимодействия и взаимосвязи между ними (Д. Ноук, М. Эмирбайер, Дж. Гудвин, И.В. Мирошниченко, Е.В. Морозова). В цифровом обществе интерактивные социальные сети стали технологическим средством как организации сообществ, так и общественных преобразований (М. Кастельс, Е.В. Бродовская, С.В. Володенков).

Конструктивистский подход в общественных науках объясняет социальное поведение, проявляемое при взаимодействии между людьми, индивидуальной интерпретации существующих объектов, происходящих событий и возникающих ситуаций (В. Барр, А.М. Улановский). Конструктивизм исходит из формирования реальности и знаний, которые являются продуктами социального взаимодействия, регулируемого сложившимися нормами, практиками и отношениями. Конструирование мира происходит в процессе деятельности, когда человек проецирует собственные значения на реальность (П. Бергер, Т. Лукман). Представители конструктивизма настроены на изучении роли индивидуального сознания в социальном взаимодействии, обусловленном широко разделяемыми «интерсубъективными» убеждениями, мнениями, идеями, нормами, обычаями, верованиями, традициями и знаниями (М. Финнемор, К. Сиккинк). Социальные системы понимаются как конструкты общественных действий, которые формируют систему отношений между людьми, имеющими свои представления и интересы (Л.В. Сморгунов). Социальный конструктивизм ориентирован на понимание смысла человеческой деятельности, обусловленного социокультурными процессами и выражаемого в символическом языке (Э. Лок, Т. Стронг). Социальное конструирование производится в виде позитивных или негативных суждений о группе либо человеке, увязанных с общественными дискурсами и выражаемых

в нормативных и оценочных формах посредством символического языка, метафор и нарративов (А. Шнайдер, Х. Ингрэм, П. Делеон).

Модель эмпирического исследования политической мобилизации в социальных сетях цифровых коммуникаций создана исходя из обозначенных подходов. Создатели платформ социальных медиа расширили возможности как для социального взаимодействия людей, так и информационного воздействия на них. Активность сетевых сообществ индивидов в цифровой среде находится в зависимости от диффузного социального влияния и направленного информационного воздействия. Социальное влияние обусловлено факторами социальных институтов, групповой идентичности, системы ценностей, контекста событий и актуальных дискурсов. Информационное воздействие реализуется посредством факторов политических идеологий, продвигаемых нарративов, навязываемых фреймов, повестки дня и возникающих триггеров. Факторы подталкивают индивидов к общественному взаимодействию в социальных сетях, создавая смыслы действий и повышая плотность связей в сообществах. Нарастание активности в онлайн-среде приводит к конверсии, переносу совместных действий в офлайн-среду, что выливается в политические акции различного масштаба, длительности и интенсивности.

Стратегия эмпирического исследования носит гибридный характер, базируется на сочетании качественных и количественных методов, применяемых для анализа цифровой и реальной сред.

В эмпирическом исследовании использовались следующие *методы*:

- 1) *социологический опрос* общественного мнения пользователей социальных медиа по репрезентативной выборке в форме онлайн-анкетирования для определения структуры политических ориентаций и активностей;
- 2) *кейс-стади* наиболее известных случаев политической мобилизации в социальных сетях цифровых коммуникаций для выявления конверсии массовых выступлений;
- 3) *фрейм-анализ* отобранных резонансных сообщений для выявления рамок восприятия смыслов и характеристики пересборки пространства политической мобилизации в российском сегменте социальных медиа;
- 4) *когнитивное картирование* информационного потока политической мобилизации в российском сегменте социальных медиа для определения содержательных и технологических характеристик контента;
- 5) *социально-медийный анализ* посредством сервисов автоматизированного мониторинга и качественной интерпретации сообщений из массива структурированных данных для определения масштаба и направленности

информационных потоков, направленных на политическую мобилизацию пользователей.

б) *сетевой анализ* посредством автоматизированного построения социального графа аккаунтов и сообществ различных политических кластеров российского сегмента социальных медиа для определения мобилизационного потенциала и достижения пользовательской конверсии.

Важной составляющей сбора и обработки данных является *Predictor Mining* – междисциплинарное методологическое и инструментальное направление, возникшее на пересечении интеллектуального анализа данных (Data Mining) и социального компьютеринга (Social Computing). Сущность предлагаемого методологического подхода и связанной с ним методики состоит в автоматизированном формировании наборов маркеров, характеризующих исследуемую предметную область, а затем интерпретировании полученных показателей с помощью методов социального компьютеринга. Применение данного подхода и связанных с ним методов и инструментов в настоящем исследовании обуславливается построением взаимосвязи между онлайн- и офлайн-средами при использовании автоматизированных инструментов, современных программных продуктов, позволяющих исследовать большие массивы данных, а также сценарировать и прогнозировать на этой основе ход социально-политических процессов.

Для достижения поставленных задач в исследовании применялись следующие *инструменты* сбора, обработки и анализа эмпирических данных: пакет статистической обработки данных «IBM SPSS Statistics», онлайн-сервисы мониторинга социальных медиа «IQBuzz», «Медиалогия», онлайн-сервисы аналитики цифровых аккаунтов «Popsters», «LiveDune», средство построения, визуализации и анализа графов «Gephi» и др.

Положения, выносимые на защиту:

1) Исследование процесса политической мобилизации имеет ряд концептуальных оснований, заложенных, прежде всего, в теориях социальных революций и общественных движений. Ключевым дискуссионным вопросом в исследовании политической мобилизации стала детерминированность данного процесса либо ресурсными возможностями организаторов, либо когнитивными установками участников. Ресурсная мобилизация исходит из рациональности поведения политических субъектов, реализующих стратегические цели посредством просчитанных тактических действий в условиях открывающихся возможностей. Когнитивная мобилизация следует из сложных механизмов функционирования

сознания индивидов, которых объединяет либо групповая идентичность, либо эмоциональное состояние (С. 104-105).

2) Ключевыми субъектами политической мобилизации выступают активные индивиды (личности, граждане), сетевые сообщества (группы по интересам, социальные движения), Интернет-компании (цифровые платформы, «надзорные капиталисты») и государство (органы власти, политические партии). Каждый из выделенных субъектов создает свое поле деятельности, преследует свои цели и применяет избранные средства в проведении политической мобилизации в цифровой среде. Исходя из элементов конструкции (субъект, цель и средство) определены следующие типы концепций политической мобилизации в социальных сетях цифровых коммуникаций:

I – либеральные концепции ведущим субъектом признают индивидов, мотивированных ценностью свободы, следующих цели самовыражения, использующих личную активность как средство;

II – социальные концепции ведущим субъектом обозначают сообщества (группы, движения), формируемые вокруг взаимных интересов, нацеленные на расширение влияния посредством сетевого взаимодействия;

III – корпоративные концепции ведущим субъектом определяют интернет-компании (цифровые платформы, социальные медиа), мотивированные извлечением прибыли, нацеленные на повышение капитализации, действующие посредством модерации и таргетирования контента;

IV – этатистские концепции ведущим субъектом считают государство, политические силы которого мотивированы удержанием либо завоеванием власти, нацеленные на управление обществом посредством контроля (С. 176-178).

3) Активность сетевых сообществ находится в зависимости от силы социального и информационного воздействия. Социальное воздействие происходит под влиянием совокупности факторов, среди которых институты, идентичности, дискурсы, ценности и контекст. В свою очередь информационное воздействие осуществляется под давлением комплекса факторов, среди которых идеология, нарративы, фреймы, повестка и триггеры. Факторы оказывают воздействие на индивидов, включенных в сетевые сообщества цифровых коммуникаций, которые образуют мобилизующие структуры. Усиление информационного и социального давления активизирует процесс мобилизации в социальных сетях. Воздействие факторов повышает напряжение в сети, мотивирует индивидов прилагать усилия для активного взаимодействия, увеличивая плотность связей. Нарастание активности в онлайн-среде приводит к конверсии, переносу совместных

действий в офлайн-среду, что выливается в политические акции различного масштаба, длительности и интенсивности (С. 219-228).

4) Определение общественно-политических установок российских граждан выявило их выраженную отстраненность от политической деятельности в отношении как власти, так и оппозиции. Аполитичные граждане составляют более половины российского общества, для которых характерны социальная пассивность и неприятие участия в массовых акциях. Лояльные граждане, составляющие более трети, проявляют средний уровень социальной и политической активности. Оппозиционные граждане, доля которых немногим более десятой части, оказались активным меньшинством, демонстрирующим высокий уровень социального и политического участия (С. 323-333).

5) Начало специальной военной операции в феврале 2022 года, последующие геополитические события и внутривнутриполитические процессы стали реперной точкой в развитии отечественного информационного пространства, обеспечив смену повестки в различных политических сегментах социальных медиа. Для патриотического провластного сегмента социально-медийного потока характерна модель информационного воздействия посредством системного использования технологии убеждения, обеспечивающей достижение согласия широкой аудитории при помощи логических доказательств, последовательной аргументации, объединяющих ценностей и официальных нарративов. Для провластного оппозиционного сегмента более характерной является модель информационного воздействия посредством комплексного использования технологии внушения, которая предполагает оказание целенаправленного влияния на эмоционально-чувственную сферу целевых аудиторий с помощью трансляции «универсальных ценностей» и набора фреймов, внедряемых в общественное сознание российских граждан (С. 376-383).

6) Информационные материалы о специальной военной операции оппозиционного толка обладают большим мобилизационным ресурсом и инструктивным характером. В половине проанализированного цифрового контента содержатся прямые или косвенные призывы, побуждения, подталкивания пользователей к совершению определенных форм активности как в онлайн-, так и в офлайн-среде. Почти две трети оппозиционных сообщений направлены на формирование установок гражданской активности Интернет-пользователей в рамках как онлайн-, так и офлайн-пространства, то есть нацелены на конвертацию пользовательской активности, переход из виртуального в реальное пространство. В информационном потоке оппозиционной направленности выявлены разнообразные форматы активности. Оппозиционные материалы в большинстве

случаев нацелены на провоцирование общественных расколов в российском обществе, преимущественно по социальным и этническим линиям. В патриотических потоках только четверть материалов способствуют формированию установок гражданской активности. В патриотическом онлайн-сегменте наблюдается дефицит ярких персон, публичных лидеров мнений, соответствующих различным целевым группам (как половозрастным, так и социальным), что существенно ограничивает мобилизационный потенциал сообщений. При этом как патриотические, так и оппозиционные материалы оперируют в основном коллективными категориями, направленными на сплочение, объединение аудитории, формирование политической общности на основе единых ценностей и установок, оценок актуальной политической повестки и картины мира в целом (С. 383-388).

7) С началом проведения специальной военной операции в российском пространстве социальных медиа произошла политическая поляризация, проявившаяся в ценностном расколе между патриотическими провластными и прозападными оппозиционными сообществами. Патриотическо-провластные сообщества приемлют ценности справедливости, солидарности, героизма и защиты Родины. Прозападно-оппозиционные сообщества ориентированы на ценности личного комфорта, благосостояния, открытого мира и культурного многообразия. Обозначенные ценностные противоречия формируют основные различия в конструируемых в социальных медиа повестках, особенно в условиях нарастания информационного и когнитивного противоборства (С. 388-393).

8) По результатам фрейм-анализа российские пользователи были дифференцированы на четыре основные группы носителей политических смыслов, распространенных в цифровой среде. Провластные патриоты, для которых характерна установка на укрепление российской государственности через ценностный консенсус, сплочение общества перед внешней угрозой, реализацию специальной военной операции в соответствии с заданными задачами и создание условий для развития полицентричного мира. Оппозиционные патриоты, ориентированные на дальнейшее ужесточение стратегии противостояния «коллективному Западу», изменение символики СВО в соответствии с рамками культурного кода россиян. Провластные коллаборанты, демонстрирующие необходимость отказа от проведения специальной военной операции и нормализацию отношений с западными странами, развитие экономических и политических связей с Западом при сохранении действующей власти. Оппозиционные коллаборанты, транслирующие идею немедленного завершения военных действий, возврат в систему конструктивных взаимодействий с Западом,

принятие правил, предлагаемых враждебным центром силы через смену власти в России (С. 395-410).

9) Оппозиционный патриотический сегмент является наиболее развитым и интегрированным в пространстве цифровых коммуникаций. Рассмотренные в российском сегменте социальных медиа аккаунты формируют наиболее плотные сетевые структуры, обладающие множественными пересечениями. Помимо общности аудиторий их объединяет дублирование единого контента, что формирует наиболее сильную инфраструктуру. Оппозиционные коллаборантские сообщества ограничиваются со стороны российских платформ социальных медиа, но существуют в условиях блокировки большинства цифровых сообществ и аккаунтов, доступных исключительно с использованием VPN-сервисов. При этом мобилизационный потенциал прозападных сообществ сохраняется даже в условиях введенных цифровых ограничений. Провластные патриотические сообщества в социальных медиа, напротив, являются более разрозненными, дезориентированными и дезинтегрированными структурами. Пророссийские сообщества широко представлены, но не связаны между собой через общий контент и аудитории. Разобщенность снижает возможности политической мобилизации пользователей, конверсии гражданской и политической активности провластно-патриотических сообществ. Схожая «рыхлая» структура характерна для провластного коллаборантских сообществ, также демонстрирующего слабость внутренних связей и отсутствие значимых пересечений (С. 410-415).

10) В течение периода наблюдения было выявлено несколько ключевых событий-триггеров, привлекающих наибольшее внимание аудитории, формирующих пользовательскую активность и обладающих высоким мобилизационным потенциалом: санкционное давление на Россию и российских граждан; частичная мобилизация граждан; признание Россией независимости народных республик Донбасса, старт специальной военной операции; весеннее контрнаступление украинских вооруженных сил 2023 года; заключение и реализация «зерновой сделки» (Черноморской зерновой инициативы). В динамике информационного потока наблюдается этапность и диспропорциональность, определяемые реальной средой. По результатам исследования выделяются как минимум пять продолжительных этапов (информационных волн), различающиеся как по интенсивности, так и по содержательному наполнению (С. 418-421).

11) По мере развития военно-политических процессов в российском сегменте социальных медиа наблюдается смещение общественного внимания к внутренним контекстам. К середине 2023 года в информационных потоках наибольшего уровня достигает пользовательская активность по вопросам, обладающим значимостью для

внутриполитической стабильности. Они постепенно становятся новыми точками сборки гражданской активности в пространстве цифровых коммуникаций. Большинство из них носят выраженный индивидуалистический характер и позволяют утверждать о доминирующем внимании российских пользователей социальных медиа к личному, персональному благополучию, рискам и негативным эффектам актуальных военно-политических событий. Гораздо в меньшей степени массовую аудиторию интересуют общие, коллективные интересы и эффекты событий, влияющие на состояние общества и государства. К концу наблюдаемого периода более отчетливо проявляется общая закономерность: высокий регламентированный уровень политической консолидации российских граждан в полной мере не соотносится с уровнем активной вовлеченности, которая формирует коллективное действие, готовность и заинтересованность пользователей к деятельностному воплощению своих политических установок, ценностных ориентаций и заявлений, оставляемых в той или иной форме в социальных медиа (С. 421-425).

12) В процессе выбора субъектов взаимодействия для реализации гражданских инициатив выявлена взаимосвязь между онлайн- и офлайн-предпочтениями. Подтверждение находит идея о первичности внутренних установок и ценностных ориентаций граждан. Обращает на себя внимание доминирование инициативных групп, в том числе сообществ, объединенных общими условиями обучения, работы или местом жительства, как главных субъектов, сотрудничеству с которыми отдают предпочтение россияне в процессе реализации гражданских инициатив. Цифровые коммуникации рассматриваются российскими гражданами как дополнительный канал связи, а не как инструменты, определяющие выбор наиболее удобного субъекта для взаимодействия в рамках гражданской активности (С. 441-451).

13) Сложившаяся в России доминирующая стратегия общественно-политической онлайн-активности, требующая меньше усилий для участия и обеспечивающая охват аудитории, оказывается весьма устойчивой. Среди пользователей социальных медиа переход к активным практикам гражданских действий социального характера офлайн допускает в той или иной степени лишь каждый пятый россиянин, тогда как каждый второй этого не допускает. Схожая тенденция наблюдается также в отношении конвертации политической активности граждан в офлайн-пространство. Исходя из этих данных ключевым фактором перехода является не сфера деятельности, а прочные установки на пассивное поведение, не требующее приложения больших затрат времени и энергии для участия в общественной и политической деятельности (С. 452-460).

14) Согласно исходной модели исследования политическая онлайн-мобилизация происходит под направленным информационным воздействием и диффузным социальным влиянием. Повышение интенсивности информационного воздействия и/или нарастание силы социального влияния «разогревают» интерактивные процессы взаимодействия пользователей в онлайн-сети, вызывая формирование информационных потоков и общественных движений. Сопряжение активированных информационных потоков и социальных интеракций повышает температуру общественных настроений и уровень мобилизации пользователей в социальных сетях, вызывая эффект конвекции. Разогрев социальных сетей до определенного уровня мобилизации приводит к выходу энергии – переходу онлайн-активности в офлайн-действия, то есть конверсии. В случае масштабных либо резонирующих действий офлайн визуальные материалы и эмоциональные сообщения с места событий образуют поток мотивирующего контента, создавая эффект инверсии. Мотивирующий контент в социальных сетях провоцирует вовлечение новых сторонников, расширяя возможности для политической мобилизации. Таким образом, производится запуск механизма «конверсия/инверсия», который производит возгонку онлайн-мобилизации и приводит к расширению масштабов и интенсивности офлайн-действий (С. 462-471).

15) Конверсия гражданской активности реализуется через несколько взаимосвязанных этапов, сокращая число вовлеченных в повестку Интернет-пользователей и повышая уровень их мобилизованности, инициативности, радикальности. Массовая аудитория протеста формируется посредством технологии «воронки вовлеченности», когда в начале производится «разогрев» общественности с формированием социального недовольства и негативного отношения к власти. Затем следует стереотипизация образов, замещающая разрушенные представления новой картиной мира. Далее происходит политическая мобилизация, состоящая в формировании готовности участвовать в совместных акциях. В завершении цикла производится конверсия активности, переводящая онлайн-энергию сообществ в совместные действия офлайн. Запуская процесс конверсии, цифровые акторы политической мобилизации рассчитывают на изменение вектора общественных настроений после первых гражданских акций, вызванных деятельностью правоохранительных органов или сближением населения с участниками подобных акций. Попадая обратно в сеть, подобный цифровой контент запускает новые волны общественных обсуждений и стимулирует все большее число пользователей присоединиться к совместным действиям. Важнейшим элементом гражданской конверсии в данном случае становится системная деятельность плотных и интегрированных сетевых структур по генерации и распространению тематического

контента для разных типов пользователей, а также для разных целевых социальных групп, выделяемых по демографическим, социальным, профессиональным, электоральным, политическим и иным признакам (С. 529-530).

Степень достоверности, апробация и внедрение результатов исследования. Достоверность результатов исследования обеспечена:

- корректной формулировкой исследовательских вопросов и научной проблемы исследования;
- соответствием между методологией и содержанием объекта, предмета и цели исследования;
- опорой на широкий теоретический фундамент и мета-анализ состояния современных исследований по теме;
- корректными структурной и факторной операционализациями понятий в системе объекта и предмета исследования;
- гибридной стратегией эмпирического исследования, включающей качественные и количественные методы;
- открытостью инструментария исследования;
- сопоставлением результатов внешних и авторских эмпирических исследований;
- объемом и репрезентацией выборочных совокупностей, включая несколько десятков миллионов цифровых следов;
- верификацией больших данных с помощью методов, ориентированных на работу с респондентами;
- валидизацией результатов исследования посредством множественной графической интерпретации данных;
- существенным охватом кейсов, включая Российскую Федерацию, Соединенные Штаты Америки, Китайскую Народную Республику, Республику Беларусь, страны Ближнего и Среднего Востока и др.;
- масштабной апробацией результатов исследования.

Положения диссертации были представлены для обсуждения в выступлениях на более 30 всероссийских и международных научных форумах. В числе обозначенных мероприятий наиболее значимыми являются следующие: Всероссийская научно-практическая конференция «Развитие гражданского общества в современной России». (г. Тула, ТулГУ, 21-22 сентября 2020 года), Международная научная конференция «75-летие Великой Победы: память, уроки, противодействие фальсификациям» (Москва, МПГУ, 25 сентября 2020 года), Всероссийская научная конференция РАПН с международным участием «Политическое представительство и публичная власть: трансформационные вызовы

и перспективы» (Москва, МПГУ, 27-28 ноября 2020 года), X Форум специалистов политических профессий «Большой политический сезон 2021: повестка, субъекты, стратегии и прогнозы» (Московская область, 27-29 ноября 2020 года), Международная научно-практическая конференция «Роль гражданского общества в обеспечении демократических стандартов организации и проведения выборов» (Москва, МГУ им. М.В. Ломоносова, 14-15 сентября 2021 года), Всероссийская научная конференция с международным участием «Политическое в условиях цифровых трансформаций: философия, наука, технологии» (Санкт-Петербург, СПбГУ, 24-25 сентября 2021 года), VI Всероссийский социологический конгресс «Социология и общество: традиции и инновации в социальном развитии регионов» (г. Тюмень, 10-12 ноября 2021 года), XII Всероссийская научно-практическая конференция «Информационное развитие России: состояние, тенденции и перспективы» (г. Орел, РАНХиГС, 3 декабря 2021 года), IX Всероссийский конгресс политологов «Россия и политический порядок в меняющемся мире: ценности, институты, перспективы» (Москва, МГИМО, Финансовый университет, 16-18 декабря 2021 года), XII Международная научно-практическая конференция «Россия и мир: развитие цивилизаций. Инновации и консерватизм: поиск баланса» (Москва, Институт мировых цивилизаций, 6-7 апреля 2022 года), Международная научно-практическая конференция «Мегатренды мировой политики: глобализация, поляризация, экстремизм» (Москва, МГЛУ, 26-28 октября 2022 года), Всероссийская конференция РАПН с международным участием «Политические вызовы и политический диалог в условиях глобальной турбулентности» (Москва, ИНИОН РАН, 2-3 декабря 2022 года), Международная научно-методическая конференция «Форсайт образования: возрождение традиций vs декларируемое новаторство» (Москва, Финансовый университет, 1-3 февраля 2023 года), XIII Международная научно-практическая конференция «Россия и мир: развитие цивилизаций» (Москва, Институт мировых цивилизаций, 13-14 апреля 2023 года), Всероссийская научно-практическая конференция «Реинтеграция новых регионов в социокультурное пространство России» (Москва, Финансовый университет, 31 октября 2023 года), VIII Международный форум Финансового университета «Россия и мир: новые стены или новые правила?» (Москва, Финансовый университет, 21-22 ноября 2023 года), Всероссийская конференция РАПН «Политическая наука в меняющемся мире: новые практики и теоретический поиск» (Москва, РУДН, 1-2 декабря 2023 года), V съезд Российского общества политологов «Цивилизационное развитие России: стратегический курс и политические практики» (Калининградская область, г. Светлогорск, 9-10 февраля 2024 года), Всероссийская научно-практическая конференция «Основы российской

государственности: передовой опыт преподавания курса и формирования мировоззрения студентов» (Москва, Финансовый университет, 17-18 октября 2024 года), Международная научно-практическая конференция «Новое мироустройство: принципы построения, перспективы, вызовы» (Москва, МГЛУ, 23-25 октября 2024 года), X Всероссийский конгресс политологов РАПН с международным участием (Москва, 5-7 декабря 2024 года).

Результаты исследования использованы при выполнении следующих научно-исследовательских работ:

- «Формирование установок гражданской активности молодежи: факторы, технологии, общественно-политические эффекты» (государственное задание, приказ Финуниверситета от 01.04.2020 № 0654/о), в части подготовки обзора научных теорий и концепций формирования установок гражданского активизма в России и за рубежом, разработки рекомендаций органам законодательной и исполнительной власти по формированию установок и культуры гражданского активизма молодежи;

- «Гражданское и политическое участие в цифровом пространстве коммуникаций современной России» (грантодатель – Российский фонд фундаментальных исследований, договор о предоставлении гранта победителю конкурса от 17.07.2020 № 20-011-31484/20), в части разработки программы исследования общественной активности в онлайн-пространстве, публикации научных статей по итогам исследований общественной активности в офлайн- и офлайн-средах;

- «Цифровые платформы как инструмент мобилизации протестных настроений граждан Республики Беларусь и Российской Федерации в 2020-2021 гг.» (грантодатель – Российский фонд фундаментальных исследований, договор о предоставлении гранта победителю конкурса от 02.06.2021 № 21-011-33041/21), в части разработки программы исследования протестной мобилизации, анализа массивов данных и подготовки научных публикаций;

- «Политическая самоидентификация молодежи как фактор социального протеста в современной России» (государственное задание, приказ Финуниверситета от 12.07.2022 № 1754/о), в части выявления особенностей восприятия протестных действий молодежной аудиторией, определения факторов, мотивов и триггеров участия в массовых протестах, а также стратегий и методов демобилизации протестных настроений в обществе;

- «Сети социального недовольства в субъектах РФ: масштабы, причины, триггеры» (государственное задание, приказ Финуниверситета от 02.08.2022 № 1838/о), в части подготовки тематического обзора современных научных

публикаций, определения методов измерения социального недовольства, разработки инструментария исследования;

- «Технологии цифровых коммуникаций для интеграции жителей ЛНР и ДНР в социокультурное пространство современной России» (государственное задание, приказ Финуниверситета от 26.04.2023 № 1174/о), в части обзора исследований интеграции постконфликтных обществ, анализа политической легитимации присоединения «исторических территорий»;

- «Формирование идеологии патриотизма в российской студенческой среде на современном этапе» (государственное задание, приказ Финуниверситета от 26.04.2023 № 1174/о), в части определения поколенческих различий на основе социологических данных, выявления патриотической повестки в социальных медиа, оценки информационного влияния на молодежную аудиторию;

- «Гуманитарные технологии формирования общественного сознания» (государственное задание, приказ Финуниверситета от 13.12.2023 № 3057/о), в части подготовки обзора современных научных исследований гуманитарных технологий, анализа практики применения гуманитарных технологий для формирования общественного сознания.

- «Технологии обеспечения политической солидарности российских граждан в условиях международной напряженности» (государственное задание, приказ Финуниверситета от 13.12.2023 № 3058/о), в части подготовки теоретического обзора современных исследований политической солидаризации, выявления и концептуализации цифровых технологий солидаризации.

Результаты исследования используются:

- 1) В практической деятельности Общества с ограниченной ответственностью «Центр политического анализа» в части систематизации концептуальных аспектов исследования политической мобилизации в пространстве цифровых коммуникаций и реализованного мета-анализа российских исследований общественного участия в цифровой среде. Теоретические и методологические положения используются в процессе подготовки докладов, аналитических, исследовательских и информационных продуктов. Разработки позитивно сказываются на результатах деятельности организации, способствуя повышению качества предоставляемых материалов.

- 2) В практической деятельности Некоммерческого партнерства содействия научной и экспертной деятельности «Институт новейших государств» в части представленной характеристики дискурсивного поля информационных потоков политической мобилизации россиян в период проведения специальной военной операции, а также общей структуры политических активностей и ориентаций

российских пользователей социальных медиа. Материалы диссертации используются при подготовке публичных выступлений и докладов на научных, научно-методических, научно-практических и экспертных мероприятиях, а также при подготовке аналитических документов для органов государственной власти. Основные выводы и основные положения диссертации способствуют повышению качества реализуемых работ организации;

3) В практической деятельности Ассоциации некоммерческих организаций «Независимый общественный мониторинг» в части комплексного анализа информационных потоков политической мобилизации в российском сегменте социальных медиа и выявленных автором индикаторов влияния социальных факторов на политическую мобилизацию в социальных медиа. По материалам проведенного исследования в процесс подготовки информационно-аналитических материалов внедрены полученные автором данные о динамических, содержательных, структурных и технологических характеристиках информационных потоков политической мобилизации российских граждан в период проведения специальной военной операции. Выводы и основные положения диссертационного исследования способствуют росту эффективности деятельности организации, повышению качества реализуемых работ, в частности, подготавливаемых информационно-аналитических материалов.

4) В практической деятельности Автономной некоммерческой организации «Центр прикладных исследований и программ» в части проанализированных теорий социального поведения и коллективных действий, выделения основных концепций исследования политической мобилизации и выделенных концептуальных оснований исследования социальных сетей в контексте изучения политической мобилизации в современном цифровом пространстве. Материалы внедрены в процесс проведения исследовательских и аналитических работ, в частности, используются для подготовки докладов и информационных материалов. Положения диссертации позитивно сказываются на результатах деятельности организации и способствуют повышению качества выполняемых работ.

5) В практической деятельности Автономной некоммерческой организации «Центр общественно-политических проектов и коммуникаций» в части комплексного анализа информационных потоков политической мобилизации в российском сегменте социальных медиа и выявленных автором индикаторов влияния социальных факторов на политическую мобилизацию в социальных медиа. В процесс подготовки информационно-аналитических материалов внедрены данные о динамических, содержательных, структурных и технологических характеристиках информационных потоков политической мобилизации российских граждан в период

проведения специальной военной операции. На практике используется авторское описание и графическая интерпретация указанных информационных потоков. Ключевые выводы и основные положения диссертации способствуют росту эффективности деятельности организации, повышению качества реализуемых работ.

Теория, методология и результаты диссертационного исследования применяются в учебном процессе ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» в преподавании и методической разработке следующих учебных дисциплин: «Основы агитации и пропаганды», «Политические технологии и организация избирательных кампаний», «Связи с общественностью в политике и бизнесе», «Политические, финансово-экономические и информационные технологии дестабилизации политических режимов», «Современные технологии избирательных кампаний», «Работа с лидерами мнений в социальных сетях», «Политические коммуникации в сети Интернет», «Большие данные в политике. Надзорный капитализм и его регулирование», «Новейшие исследования цифровой трансформации», «Социальные сети и управление фейковыми новостями как инструменты внешней политики», «Цифровые политические инструменты и технологии».

Апробация и внедрение результатов исследования подтверждены соответствующими документами.

Публикации. Основные научные результаты диссертации опубликованы в 50 публикациях общим объемом 43,46 п.л. (авторский объем – 37,96 п.л.), в том числе 10 работ объемом 12,41 п.л. (авторский объем – 9,18 п.л.) опубликованы в изданиях, включенных в цитатно-аналитическую базу RSCI, 35 работ общим объемом 25,85 п.л. (авторский объем – 23,58 п.л.) опубликованы в рецензируемых научных изданиях, определенных ВАК при Минобрнауки России (12 статей – в изданиях K1, 1 статья – в издании категории K2), а также 5 работ авторским объемом 5,2 п.л. опубликованы в международной цитатно-аналитической базе «Scopus».

Структура и объем диссертации соответствуют цели, задачам и логике исследования. Диссертация содержит введение, пять глав, заключение, список литературы, включающий 667 наименований, а также 4 приложения. Диссертация изложена на 647 страницах текста, который включает 131 таблицу и 56 рисунков.

Глава 1

Теоретическое основание исследования политической мобилизации в социальных сетях

В данной главе рассмотрены теоретические аспекты социального поведения, коллективных действий, политической мобилизации и социальных сетей, которые раскрываются в ретроспективе ключевых концепций. Теоретические основания отражают развитие воззрений и подходов к исследованию обозначенных аспектов. В первом параграфе произведен анализ концепций исходных для объекта исследования парадигм социального поведения и коллективных действий. Во втором параграфе произведен анализ направлений и концепций исследований политической мобилизации. В третьем параграфе произведен анализ трактовок и исследований социальных сетей, заложивших основания сетевого подхода в общественных науках.

1.1 Теории социального поведения и коллективных действий

В данном параграфе рассмотрены главные направления и концептуальные положения исследований общественной активности. Исходя из анализа ряда основополагающих концепций социологической и психологической парадигм, объясняющих общественную активность, ответим на следующий исследовательский вопрос: что побуждает людей участвовать в совместных действиях? Исследователи находили различные ответы на поставленный вопрос. Американский социолог Джеймс Коулман отмечает, что одни исследователи видят в коллективных действиях человека результат влияния внешних «причинных сил», а другие видят в них целенаправленную реализацию внутренних побудительных мотивов. Одни стохастические модели поведения описывают причинно-следственный процесс как действия индивидов без намерений или цели. Другие модели поведения в рамках микроэкономической, статистической и игровой теорий рассматривают цель действий как стремление к максимизации результата [145]. Однако в действительности концептуальные основания исследования выглядят сложнее, так как в целом ряде случаев учитывают влияние как внутренних, так и внешних факторов.

В конце XIX – начале XX веков были заложены социологические и психологические основания политических исследований жизнедеятельности человека в обществе. В рамках социологии человек рассматривается скорее как

рациональный индивид, вступающий во взаимоотношения с другими для достижения своих целей, а деятельность человека в обществе определяется в категориях коллективного действия, обусловленного внешними структурами, институтами и нормами. В рамках психологии человек рассматривается преимущественно как иррациональный индивид, движимый чувствами и эмоциями, а деятельность человека в обществе определяется в категориях массового поведения, регулируемого внутренними стимулами, убеждениями и ценностями.

В *концепции общественного мнения* французского социолога Габриеля Тарда, которая стала одной из наиболее ранних теоретических конструктов, отражены исходные положения исследования массовой коммуникации и социального поведения в политическом аспекте [111]. Он различал поведение сосредоточенной в физическом пространстве толпы, которая действует иррационально и спонтанно решает общественные проблемы, и рассроченной в информационном пространстве публики, которая рационально и размеренно подходит к решению политических вопросов. В толпе возникает «власть при действии вблизи», которая посредством заражения и подражания проявляется в убежденности, гордости, решимости, фанатичности и безумности. Среди публики «власть при действии на расстоянии» воплощается в превосходство ума и воображения. Расширение публики, читающей книги и особенно газеты, ведет к возрастанию влияния «действий на расстоянии», способствуя развитию цивилизации. В толпе «действия вблизи» распространяются интенсивно, беспорядочно и непристойно, сталкивая общество в архаику.

Публика и толпы подразделяются по характеру вдохновляющей цели либо веры. Желающие публика и толпа могут быть убежденными и фанатичными, а верующие публика и толпа страстными и деспотичными. Для участников толпы, лишенных рациональности, характерны эгоистичные интересы, одержимая вера, обуреваемые страсти, следование цели и «коллективное самолюбие». Психологическое единство толпы обеспечивает физическое взаимодействие в локальном пространстве улиц и площадей. Объединение толпы происходит под влиянием внушаемых вождями идей и подражающих друг другу чувств. При этом для толпы характерны спонтанные действия и кратковременное существование. Наряду с негативными преступными и ненавистными толпами выделяются позитивные любящие и праздничные толпы. В целом действия толпы приносят больше пользы, чем вреда, так как способствуют развитию общественности.

В свою очередь для публики характерно формирование идейной, духовной и интеллектуальной общности индивидов, имеющих пространство для самовыражения. Публика обозначается как «рассеянная толпа» людей, действующих на расстоянии. Если образование толпы представляет собой процесс

«из царства животных», то формирование публики отражает духовную эволюцию общества. Действия публики более разумные, осмысленные и плодотворные, чем действия толпы. Публика возникает, когда читатели книг и газет принимают идеи и проникаются страстью. Распространение влияния прессы ведет к интеллектуализации общества, превращая социальные группы в разные виды публики. Примером публики выступают массовые политические партии, социальную группу которых составляют читатели определенных газет. Возможность более широкого распространения газет позволяет производить более сильное мобилизующее воздействие, чем локальное участие в толпе. Политические партии способны быстро формироваться, перестраиваться и организовываться, распространяя идеи среди публики. Газеты образуют публику, которая через общность суждений и склонность обмениваться новостями формирует общественное мнение.

Основоположником социологической традиции рассмотрения коллективных действий стал французский ученый Эмиль Дюркгейм [152]. Он исходил из необходимости *исследования социальных фактов*, которые образуют способы действия или мышления, обладающие свойством внешнего принуждающего воздействия на сознание. Поведение индивида контролируют внешние общественные нормы, отраженные в индивидуальном сознании, наделенные силой принуждения. Социальный факт возникает при взаимодействии индивидов, когда во множестве сознаний индивидов происходит закрепление способов действий и суждений, приводящих к определенному результату. В социализированном обществе индивиды действуют схожим образом. Социальные факты включают различные институты (язык, родство, деньги, религия, политические движения и др.), которые ограничивают способы действий индивида. При отклонении поведения индивида от групповых норм происходит принуждение или изгнание. Коллективное сознание, выраженное в нормах, верованиях и ценностях, интегрирует эгоистичных индивидов в социальные группы [57]. Общество в условиях изменений может переживать кризисное состояние аномии, когда прежние нормы отменены, а новые нормы еще установлены [56].

Э. Дюркгейм рассматривал аспекты формирования и скрепления общества. В его теоретических изысканиях противоположностью солидарному обществу выступает атомизированное общество. Он полагал, что солидарность следует изучать исходя из ее социальных последствий. Солидарность в группе возникает при соединении образов другого и нашего, когда состояние сознания каждого является общим для всего общества. Если отрицательная солидарность не объединяет общество, то положительная солидарность в одном случае прямо связывает

индивидов с обществом, в другом опосредованно находится в состоянии взаимозависимости частей. Разделение общественного труда приводит к солидарности, выполняя нравственную функцию регулирования отношений. Разделение труда обеспечивает единство общества при утрате влияния верований. В архаических «сегментарных» обществах социальная солидарность достигается поглощением сознаний индивидов коллективным сознанием, так образуется «механическая солидарность». В развитых «организованных» обществах солидарность основывается на разделении трудовых функций, признании автономии индивидов, более общем коллективном сознании, усилении взаимозависимости и увеличении взаимообмена, так формируется «органическая солидарность» [46].

Механическая солидарность зиждется на сходстве, доминируя в отсталых обществах. Морфологическая основа строится на клановых и территориальных связях в локальных сообществах, которые отличаются слабой взаимозависимостью и низкой материальной плотностью. Солидарность в таких сообществах удерживается репрессивными правилами на основе уголовного права. Коллективное сознание в таких обществах характеризуется большим объемом, интенсивностью, определенностью и абсолютностью власти группы. Тогда как содержание коллективного сознания состоит в религиозности и трансцендентности, требующими от человека преклонения, покорности и пренебрежения личными интересами в угоду общественным интересам. При этом механическая солидарность отличается детализацией и конкретизацией установленных правил.

В обществах органической солидарности преобладают нормы, регулирующие уже не уголовные преступления, а кооперативные действия на основе гражданского, конституционного и процессуального права. При этом коллективное сознание сужается до малого объема, снижается интенсивность и определенность общих представлений, открывая возможности для индивидуальных инициатив и мировосприятия. Коллективное сознание отходит от религиозных верований и становится все более светским, ориентируясь на интересы человека и отношения между людьми. В обществе органической солидарности индивидуальное достоинство, равенство возможностей и социальная справедливость признаются высшими ценностями, приобретая абстрактное и всеобщее значение необходимых принципов [189].

Если механическая солидарность требует, чтобы индивиды были схожими, то органическая солидарность предполагает их различия. При механической солидарности индивидуальность подчинена обществу, а при органической солидарности каждая личность обладает своей сферой действий. Общество

движется согласованно, когда единство организма тем прочнее, чем отчетливее индивидуальные профили его частей. Механическая солидарность в отличие от органической слабо связывает людей. Сила социальных связей зависит от объема преобладания коллективного сознания над индивидуальным. При равенстве объемов энергичная личность может уклониться от солидарности и следовать по собственному усмотрению. При доминировании коллективного сознания, выраженных в обычаях и верованиях, индивидуальные расхождения в идеях и действиях не проявляются. В обществе, пребывающем в совершенном состоянии консенсуса, коллективное сознание «вибрирует в унисон».

Э. Дюркгейм формулирует парадоксальное положение, что по мере усиления разделения труда коллективное сознание размывается. Однако в силу большей неопределенности разделение труда становится ключевым источником солидарности. Индивиды все больше осознают свое состояние зависимости от общества, что сдерживает и ограничивает их личные интересы. Так разделение труда становится не только основанием солидарности, но и основанием морального порядка. Разделение труда приводит к солидарному состоянию, создавая систему прав и обязанностей. В солидарном обществе между индивидами возникает чувство взаимозависимости, каждый рассматривает себя как часть целого организма. Э. Дюркгейм полагал, что каждое общество формируется на моральных основаниях. В профессиональных группах он усматривает моральную силу, которая сдерживает индивидуальный эгоизм и поддерживает чувство солидарности трудящихся. Солидарному обществу присущи альтруистические отношения. Социальная солидарность заключается в самопроизвольном согласовании индивидуальных интересов, а выражением согласия выступает общественный договор [55].

Основоположником психологической традиции исследования социального поведения стал французский психолог Гюстав Лебон, который пытался раскрыть механизмы воздействия на индивидов в толпе [186]. В его *концепции массового поведения* толпа приобретает характерные черты не свойственные отдельным индивидам: анонимность, заразительность, внушаемость. Анонимность людей в толпе позволяет выйти на поверхность страстям, которые могут вылиться в агрессивные действия. При большой численности собравшихся индивид «растворяется в толпе», что позволяет сознанию дать волю инстинктам. В толпе у действующих анонимно индивидов исчезает чувство ответственности, которое удерживает от совершения насилия. Заразительность придает толпе свойство единой общности, когда индивид становится ее частицей и личные интересы подчиняются общим намерениям. В толпе индивиды становятся восприимчивыми к внушению, что объясняет быстрое эмоциональное заражение, исчезновение сознательной

личности, потерю рассудка и подчинение воли вожаков действующей толпы. Воздействие внушения усиливается путем взаимного влияния, принуждая индивидов в толпе к стремительным и неудержимым действиям. Таким образом, в толпе действуют индивиды, утрачивающие собственную сознательность и усиливающие бессознательность поступков, объединенные общими чувствами и мотивированные идеями. В организованной толпе цивилизованный человек превращается в варварское существо, движимое инстинктами.

Г. Лебон постулировал три «закона» поведения толпы: 1) ментальное единство, 2) утрата рациональных способностей и моральных норм, 3) поклонение героям. Между тем в толпе индивиды проявляют склонность как к произволу и жестокости, так и героизму, и энтузиазму. Толпа по интеллекту уступает индивиду, но в чувствах и поступках в зависимости от ситуации и внушению идей может как лучше, так и хуже. Толпа может быть, как преступной и разрушительной, так и героичной, и торжествующей во имя верований и идей. Принятые догматы обладают властью над толпой, заставляя мечтать и вдохновлять. Верования людей, поддерживаемые традициями, обычаями, привычками и мнениями, управляют поведением людей.

Согласно Г. Лебону, побудительные причины поведения народов заложены в их нравы и интеллект, которые сформировались в прошлом и приобрели устойчивость. Индивиды, представляющие один народ, несмотря на различия, обладают общими психологическими особенностями поведения, воспроизводимые с течением времени. В агрегированном состоянии психологические особенности народа составляют национальный характер. Поведение индивидов также обусловлено условиями жизни, когда одни обладают чрезмерной роскошью, а другие испытывают нужду в удовлетворении насущных потребностей. Разительная разница социального положения вызывает недовольство и беспокойно в обществе, в которых проявляется национальный характер. На поведение влияют идеи, которые при преобразовании из мыслей в чувства индивидов становятся мотивами поступков. Исповедуемые верования и усвоенные идеи обладают властью над разумом индивидов, приобретая в определенных условиях значительную силу [72].

Теория общественного поведения стала важной темой ряда социологических концепций под влиянием немецкого социолога Макса Вебера. В *концепции социального действия* отражены ключевые положения направления, рассматривающего человека скорее как рационального индивида, чем страстного существа. Социальное действие проявлялось в явной или скрытой формах в виде активности, бездействия и пассивного согласия. М. Вебер называет свой подход к изучению общества «комплексной» понимающей социологией, которая

ориентирована на исследования индивидуальных действий, отношений или убеждений. В целом из понимающей социологии М. Вебера происходит два постулата: 1) социальное явление есть результат индивидуальных действий; 2) причины любого действия заключаются в значении для действующего лица его действия. Социальный характер действия заключается в субъективном значении принятия индивидом во внимание поведения других индивидов в ходе взаимодействия, а причины любого действия заключаются в его значении для индивида.

М. Вебер различал четыре основных типа действий в зависимости от степени рациональности поведения индивидов. Целерациональный тип действий строится на способности индивида, исходя из предположений, соотносить условия, средства и цель достижения. Действия могут быть продиктованы инструментальной рациональностью (*zweckrationalität*): когда актер делает X, потому что он воспринимает X как адекватный способ достижения цели G. Ценностно-рациональный тип действий строится уже не на интересах индивидов, а на нравственных принципах, религиозных убеждениях и эстетических идеалах. Поведение является результатом аксиологической рациональности (*wertrationalität*), когда актер делает X, потому что X согласуется с некоторой одобряемой им ценностью. Традиционный тип действий (*traditionell*) заключается в устоявшейся практике поведения индивидов. Такие действия регулярно совершались в прошлом и в силу этого воспринимаются как рекомендуемые. Наконец, действие является «аффективным» (*affektuell*), когда оно вызвано каким-либо чувством или эмоциональным состоянием субъекта [35].

М. Вебер пытался понять управляющие действиями субъективные значения, сосредоточив внимание на последствиях конкретных, исторически определенных идей. Так убеждения кальвинистских протестантов, индуистских мистиков или конфуцианских чиновников имели последствия для их индивидуальных действий. Поведением людей непосредственно управляют как материальные, так и идеальные интересы. Тем не менее «образы мира», созданные «идеями», подобно стрелочникам, определили пути, по которым действие продвигалось динамикой интереса. Такие идеи, как религиозные доктрины, направляют мотивы акторов, определяя цели или задачи действий и формируя представления о соответствующих средствах. Культурные идеи действуют, формируя мировоззрение и мотивацию (к здоровью, богатству, спасению от страданий). Как только идеи, продвигаемые религиозными и идеологическими предпринимателями, утвердились, они становятся ограничителями поведения людей [36]. Под влиянием М. Вебера социальное действие стало важным элементом социологической теории.

В концепции социального порядка русско-американский социолог Питирим Сорокин рассматривал процесс общественных изменений как результат взаимодействий множества индивидов. Концепция находит раскрытие в ряде положений о стратификации общества и социальной мобильности. Согласно П.А. Сорокину, общество неоднородно как в экономическом и политическом, так и в профессиональном отношениях. Общество дифференцировано, исходя из распределения власти и влияния, богатства и доходов, прав и обязанностей, привилегий и обременений, на иерархическую структуру высшего, среднего и низшего классов, которые подразделяется на социальные слои (страты). Социальная мобильность понимается как движение индивида или группы в социальном пространстве по вертикали и горизонтали. Восходящее и нисходящее движение по вертикали показывает перемещение по социальной лестнице, которое сопровождается изменениями в социальном статусе, а движение по горизонтали выявляет пространственные перемещения [224].

В концепции П.А. Сорокина общество может развиваться посредством эволюции, постепенных преобразований через соглашения между социальными стратами, и революции, стремительных изменений через классовое насилие. В формировании социальных порядков учитываются как институты и структуры, так и индивидуальные и психологические качества индивидов, которые ориентированы на позитивные ценности и аспекты общественного развития. Соответственно, ключевую роль в образовании социального порядка играют не структурная организация, а действия индивидов. Причем в своих действиях индивиды не только следуют в рамках установленных правил, но и могут ими пренебрегать. В условиях, когда прежние государственные институты утрачивают доверие, создаются возможности для формирования социального порядка по требованию «снизу-вверх» [570].

Социальное поведение обусловлено культурой общества, так как создается и модифицируется в результате сознательной или бессознательной деятельности индивидов, взаимодействующих между собой и влияющих друг на друга [104]. Противоположностью солидарного социума является раздираемый противоречиями и интересами классов и групп конфликтный социум. Переходу общества из конфликтного в солидарное состояние способствуют интегрирующие лидеры, которые разрушают прежний непрочный институциональный порядок, подверженный разложению, и предлагают свое видение будущего общественного устройства. Национальные лидеры создают современные формы «социальной связности» и закладывают основания политической идентичности [225].

В своей концепции П.А. Сорокин исходил не из эгоистичной и расчетливой природы индивидов и конкуренции между ними, а из проявлений альтруизма индивидов и сотрудничества между ними в формировании социального порядка. Солидарность, как и альтруистические чувства подобно физической энергии возможно производить, накапливать и распространять. Солидарные отношения, такие как добро, любовь, сотрудничество, мир, прививаются в различных социальных группах (семье, общине, сообществе, церкви, партии, государстве и др.). В массовой культуре негативному типу индивидов противостоит позитивный тип личностей, которые следуют двум альтруистическим моделям «добрых соседей», готовых помогать и содействовать, и «святых людей», готовых жертвовать собой. Альтруисты формируют нравственные основы общества и распространяют моральные ценности, на которых строится солидарное общество. Альтруистическая модель поведения представляется альтернативой эгоистической модели, приводящей к общественной разобщенности [313].

П.А. Сорокин выявляет закономерности социального поведения в периоды таких «страшных и разрушительных монстров-катаклизмов», как революции, войны, голод и эпидемии. В ситуации бедствий социальное поведение подчиняется закону разнообразия и поляризации воздействий. Биологические и социально-психологические различия между людьми приводят к различным последствиям их воздействия. Так в экстремальной ситуации одни ведут себя как герои, показывая примеры мужества, а другие как негодяи. Страх, как мучительное и сильное чувство, глубоко воздействует на эмоциональную жизнь различных социальных групп. Многие ему поддаются, а другие противостоят под нажимом таких контрсил, как чувства долга, совести и стыда, проявления смелости, мужества, ответственности и др. Войны и революции порождают факторы, которые глубоко затрагивают психическое состояние общества. Страх, тревогу, угнетенное состояние пробуждают опасность физического насилия и несправедливые действия, экономические неурядицы, угрозы семейных разлук, голода, лишения имущества и удовольствий прежней жизни. Бедствия, вызванные голодом и эпидемиями, войной и революцией, провоцируют эмоциональную напряженность, болезненное или угнетенное чувство, вытесняя позитивные и вдохновляющие чувства [106].

П.А. Сорокин видит причины революции в массовом ущемлении базовых рефлексов и дезорганизации власти, которая теряет социальный контроль над обществом. Революционные события деформируют привычное «равновесное» поведение членов общества, что проявляется в их индивидуальной психике, политической идеологии, социальных убеждениях, религиозных верованиях, общественной морали и групповых оценках. Ущемленные инстинкты многих

индивидов выводят общество из спокойного состояния и вызывают массовую дезорганизацию поведения, социальный взрыв в виде бунта, мятежа, смуты. Традиционные формы социального поведения разрываются, уступая место прорвавшимся наружу биологическим инстинктам. Революционная деформация социального поведения состоит в «биологизации» действий масс, как следствие, происходит ослабление тормозящих условных рефлексов, культурный социум превращается в дикое беснующееся стадо. Война и революция представляют сильные факторы изменения поведения, отвращая от прежних мирных форм действий и насаждая насильственные формы действий. Таким образом, происходит переодевание человека из «костюма культурного поведения» с присущими моральными, правовыми и религиозными нормами в «новый костюм поступков», диктуемых животными рефлексам и биологическими импульсами [107].

Согласно П.А. Сорокину, социальное поведение обусловлено психофизическими механизмами поступков индивидов, общественную жизнь которых интегрирует коллективный рефлекс. Социальные поступки, состоящие из ряда «должно-дозволенных» актов, предопределены психическими процессами. Установленные в обществе нормы поведения закрепляются на уровне рефлексов под «дрессирующим влиянием наказаний и наград» в процессе социализации. П.А. Сорокин выводит закономерность политической борьбы: чем устойчивее шаблоны поведения противостоящих групп, тем более жестокие кары и весомые награды сползаются для слома сопротивления и установления единого социального поведения. Средствами «принуждения» к социальной норме поведения являются сознательные или бессознательные реакции, положительные или отрицательные акции. Таким образом, социальное поведение регулируется закрепленными представлениями о должных, запрещенных и рекомендованных действиях [103].

В концепции структуры социального действия американский социолог Талкотт Парсонс попытался объединить основополагающие идеи, выдвинутые Э. Дюркгеймом и М. Вебером. В концепции Т. Парсонса акторы, делающие волевой выбор в определенной ситуации, встроены в структуры социальных ролей [213]. Переход от индивидов к ролям был обусловлен намерением соединить социальные структуры и индивидуальное действие. Важным аспектом концепции является типология «переменных шаблонов», которые представляют собой набор бинарных атрибутов, характеризующих роли. Согласно Т. Парсонсу, социальное действие выступает исходным элементом структурно-функционального анализа общества. Акт действия предполагает наличие *агента* (актора), которые следует *цели*, исходя из *ситуации*. В определенной ситуации действия акторов ограничены существующими *условиями* и имеющимися *средствами*. В ситуации выбора средств

для достижения цели актор ориентируется на установленные правила, обозначаемые как *нормативный стандарт* [95]. Таким образом, структуру социального действия составляют субъект и объект, цели, инструменты, условия и предписания.

Общая система действий состоит из подсистем общества, культуры, личности и организма, каждая из которых выполняет определенную функцию. Подсистема общества обеспечивает взаимодействие и интеграцию индивидов. Подсистема культуры поддерживает сохранение и воспроизведение образцов. Подсистемы личности ориентирует на достижение целей. Подсистема организма выявляет морфологические особенности человека, способствует физической адаптации организма. Данные подсистемы открыты для взаимного влияния, обмена и проникновения. Система действий позволяет анализировать такие функциональные категории, как формирование управляющих образцов, внутренней интегрированности, достижение целей и адаптации к внешнему влиянию.

Т. Парсонс предпочитает понятию «поведение» – «действие», так как оно характеризует типовые образы и осмысленные достижения, которые образуют общественные механизмы и процессы. Содержание действия включает структуры и процессы, формирующие у людей намерения для реализации целей в определенных ситуациях. Индивидуальные и коллективные действия ориентированы на изменение положения в определенной ситуации [94]. Социальное действие обусловлено культурными нормами, мотивами и верованиями, их смыслы и намерения исходят из символических систем, включая образцы поведения и язык общения. Если нормативность посредством принятых в обществе ценностей регулирует социальные действия, то волюнтаристичность субъекта обеспечивает общественные изменения. Коллективные действия происходят не спонтанно, а организуются структурами для достижения общественных целей. Каждый участник взаимодействия выступает как субъект с определенными целями, идеями, установками и как объект, испытывающий влияние других лиц. Действие происходит в процессе коммуникации между индивидами, прежде всего, на символических уровнях [378].

Концепция структуры социального действия Т. Парсонса была встречена неоднозначно в научном сообществе. Р. Дарендорф отмечал, что при рассмотрении человека в ракурсе *homo economicus* им движет рациональное стремление к удовлетворению своих интересов. Парсонсианским *homo sociologicus* движут не только интересы, но и нормы, ценности, связанные с его различными ролями [146]. В 1960-х годах концепция структуры социального действия Т. Парсонса подвергалась сильной критике из-за заложенного в нее «функционализма», способствующего легитимации существующих социальных институтов и явлений.

В концепции личностных черт американского психолога Гордона Олпорта социальное поведение рассматривается как проявление личной жизни в повседневности. Люди действуют совместно исходя из существующих predisposedностей, которые образуют общие оценки, ценности, символы и стереотипы. Так нахождение в толпе не обуславливает поведение участников, а лишь влияет на поведение отдельных типов индивидов, predisposedных действовать определенным образом. Люди объединяются в массовые движения на основе рациональных предпочтений и схожих эмоций, которые предопределяют формирование сообществ.

Г. Олпорт поднимает статус человека с индивида до личности, у которой сформирована динамическая нейропсихологическая система сознания, обуславливающая характер поведения и мышления каждого [128]. Предрасположенность вести себя схожим способом в разных ситуациях обуславливает стабильность поведения личности во времени и в отношениях с другими. Общественная норма понимается как «руководящий стандарт», которому соответствует поведение нормальной личности и не соответствует поведение аномальной личности. При этом стандарты подразделяются на статистические, присутствующие в обычной жизни, и этические нормы, ориентированные на желательное и ценностное состояние. Поведение личности отличается изменчивостью в зависимости от ситуации и строго не обусловлено социальными структурами. Поведение личности вписано в культуру общества, в контекст ситуации, в социальные роли и поля взаимодействия. Таким образом, существует как внутреннее, так и внешнее структурирование контекстуальных действий личности [89].

Во многом массовое поведение и коллективные действия взаимообусловлены общественным мнением. Г. Олпорт и Л. Постман выявляет тесную взаимосвязь между общественным мнением и социальными действиями, так как распространенные идеи находят проявление в способах поведения. Общественное мнение помимо СМИ формируется прежде всего посредством распространения слухов при общении между людьми. Циркуляция слухов подчиняется ряду закономерностей, в числе которых сглаживание, способствующее лаконичности для лучшего усвоения информации, заострение, выделяющее фрагменты сообщения, ассимиляция, происходящая настройка в соответствии с интересами, привычками и чувствами адресатов. Основной закон слухов заключается в зависимости их интенсивности распространения от степени важности событий или изменений, а также неоднозначности сведений. Циркуляция слухов усиливается, когда события

представляют важность для социальных групп, а распространяемая информация недостаточна либо двусмысленна [129].

Концепция структурного функционализма американского социолога Роберта Мертон сместила фокус исследования с коллективного сознания на выявление взаимосвязей между социальной структурой и индивидуальным поведением. Его теоретические положения о социальной структуре и аномии направлены на понимание индивидуальных девиаций индивидов, общественного неравенства и институциональных дисфункций. Функции рассматриваются как последствия структурных изменений, повышающие адаптивность социальной системы, а дисфункции — последствия, снижающие ее адаптивные возможности. Функциональные и дисфункциональные явления в обществе возникают вследствие усиления противоречий в социальной структуре, которые вызывают напряженность и конфронтацию. Р. Мертон критически осмыслил постулаты классического функционализма, отвергнув ключевые идеи о функциональном единстве общества и универсальности функций. Вместо этого он ввел для анализа социальных процессов понятия «явных функций», осуществляемых преднамеренно и ожидаемо, и «латентных функций», действующих случайно и спонтанно.

Социальную структуру образует совокупность статусов и ролей индивидов в обществе. Ключевым вкладом Р. Мертона стал анализ социальной структуры как системы предписанных целей и легитимных средств их достижения. Дисбаланс между ними, по его мнению, порождает состояние аномии, когда при возникновении нормативного вакуума в целом обществе или социальных группах индивиды теряют ориентиры для действия. Р. Мертон утверждал, что в современных обществах доминируют «культурные цели», однако доступ к «институциональным средствам» (образование, карьера) распределен неравномерно. Это противоречие создает напряжение, особенно среди маргинализированных групп, вынуждая их искать альтернативные пути адаптации. Аномия возникает при условии, когда 1) цели абсолютизируются, 2) средства становятся второстепенными, 3) институциональные нормы теряют легитимность. Аномичные проявления возникают в обществах при значительном расхождении культурных норм, социальных целей и представлениями о средствах их изменения. Размывание принятых норм и прежних ценностей приводит «культурному хаосу», приводящему к дезориентации индивидов и дезинтеграции социума.

Р. Мертон выделил пять типов индивидуальной адаптации, комбинирующих отношение к целям и средствам. Первый тип «конформизм» характеризуется совпадением принятия цели и средств, что способствует соблюдению существующих социальных норм. Второй тип «инновация» характеризуется

принятием цели и отвержением средств, что может привести к росту как предпринимательства, так и преступности. Третий тип «ритуализм» характеризуется отвержением цели и принятием средств, что влечет формальное соблюдение правил при отсутствии возможностей для достижения успеха. Четвертый тип «ретреатизм» характеризуется отвержением и цели, и средств, что проявляется в отступлении от социальных норм, отказе от существующих рамок поведения, приводя, например, к наркомании, бродяжничеству. Пятый тип «бунт» или «мятеж», по сути, «радикализм», характеризуется полным отрицанием существующих и насаждением новых цели и средств, что наблюдается в случаях революций или реформах, вызывающих кардинальные изменения социального порядка [80].

Концепция Р. Мертонa встретила критику, в частности за структурный детерминизм, игнорирующий агентность индивидов, за культурную универсализацию, абсолютизирующую материальный успех, за упрощенную типологию, смешивающую индивидуальные и коллективных реакции. Между тем в дальнейших исследованиях концепция Р. Мертонa стала мостом между макро- и микроуровнями анализа, объясняя, как структурные ограничения формируют индивидуальные практики. Положения концепции применяются, прежде всего, для изучения девиантного поведения, социального неравенства и институциональных кризисов. Современные исследования используют концепцию Р. Мертонa для анализа цифрового общества: социальные сети культивируют цели виртуального успеха (лайки, подписчики), но алгоритмические барьеры порождают новые формы аномии, такие как кибербуллинг, дипфейки.

В концепции символического интеракционизма американского социолога Герберта Блумера сущность коллективного поведения заключается во взаимодействии индивидов. Действие одного индивида вызывает «круговую реакцию», провоцируя взаимное возбуждение и отражая настроение индивидов [136]. Согласно определению, «символическая интеракция» состоит из интерпретации действий друг друга, а не в реакции на действия других. Взаимодействие людей опосредовано интерпретацией символов, в числе которых культурные нормы и ценности, придающие значение действиям других. Интерпретация занимает промежуточное положение между стимулом и реакцией в общем алгоритме коллективного поведения [30].

В своей концепции Г. Блумер развивает идеи основоположника прагматизма и интеракционизма в общественных науках американского социолога Джорджа Мида, который рассматривал социальное действие как акт взаимодействия человека со средой [196]. В структуре социального действия им выделялись последовательные фазы: внутренний побуждающий импульс, ситуативная

распознающая перцепция, внешняя физическая манипуляция, сознательная результирующая консумация. Между тем социальное действие также предполагает рефлексию воспринятого посредством понимания значимых символов, позволяющих индивидам приспособлять поведение при взаимодействии. При рефлексии индивид способен вызвать взаимные реакции, которые переносят механизмы взаимодействия в свой опыт поведения, представленный установками, побуждающими к восприятию символов [357].

Г. Блумер рассматривает коллективное поведение как групповую активность, которая предполагает совместные действия индивидов. Оно формируется посредством, прежде всего, правил или экспектаций в виде обычаев, приданий, традиций, нравов, институтов, а также социальных организаций, правил и детерминант. Коллективное поведение находит проявление в различных общественных явлениях, таких как толпы, сборища, паника, мании, танцы, а также массовые движения, массовое поведение, общественное мнение, пропаганда, мода, увлечения, социальные движения, революции и реформы. Коллективное поведение возникает в условиях неустойчивости при нарушении привычного порядка жизни. В такой ситуации фактор беспокойства порождает внутреннее напряжение.

Индивидуальное беспокойство при вовлечении других в круговую реакцию приводит к состоянию социального беспокойства. Характерными чертами социального беспокойства являются беспорядочные действия, возбужденные чувства, раздражительность и повышенная внушаемость людей. При рассмотрении коллективного поведения социальное беспокойство играет роль показателей крушения прежнего порядка жизни и появления новых форм организации жизни общества. Коллективное поведение действует как механизм, запускающий в толчее круговую реакцию. Возникающие контакты между людьми вызывают коллективное эмоциональное возбуждение, спланивающее сообщество. Интенсивное распространение возбуждения провоцирует социальную инфекцию, способствующую расширению бессознательных действий и иррациональных настроений. Социальное инфицирование общества или отдельных групп переводит ситуацию на уровень спонтанного поведения, предполагающего сплочение вокруг общих символов.

Социальные группы, такие как толпа, масса, публика, рассматриваются как возникающие спонтанно общности, необусловленные культурными моделями, правилами и согласованиями. Причем выделяются виды толпы по причине — образованная случайно и обусловленная, а также по характеру — действующая и экспрессивная [137]. В отличие от толпы масса представлена людьми, которые непосредственно не участвовали в совместных действиях и которые возбуждены

резонирующими событиями. Масса включает все слои общества, состоящего из анонимных индивидов, которые не взаимодействуют и не обмениваются переживаниями. Масса не имеет организационную структуру, что делает ее неспособной к объединению и согласованным действиям. Общественность возникает, когда группа людей сталкивается с проблемой, разделяет мнение о способе решения проблемы и вступает в дискуссию по данной проблеме.

В ситуации беспокойства люди могут как быть расположенными действовать, так и впадать в фрустрацию, испытывая неуверенность, отчуждение и одиночество. Внутреннее напряжение обычно приводит к воспаленному воображению, взрывным эмоциям и беспорядочным действиям, характерным в момент невротического поведения. Когда индивидуальное чувство беспокойства включается в круговую реакцию взаимного возбуждения и подкрепления, распространяясь подобно инфекции, возникает социальное беспокойство, которое обладает измеримыми качествами протяженности и интенсивности. Социальное беспокойство проявляется в 1) беспорядочном поведении людей, испытывающих состояние эмоционального напряжения и сильный позыв к действию; 2) возбужденных чувствах, проявляемых в переменчивых состояниях тревоги, страхов, неуверенности и агрессивности, что способствует распространению слухов и преувеличений; 3) повышенной раздражительности и внушаемости людей, приводящим к психической неустойчивости и побуждению к непоследовательным действиям, реагируя на предлагаемые стимулы и воспринимая радикальные идеи. Социальное беспокойство может привести как к «крушению жизненного устройства», так и к новым формам коллективного поведения.

Согласно Г. Блумеру, социальный строй состоит из 1) набора общих экспектаций (ожиданий), которые подвигают людей к сотрудничеству и урегулированию отношений посредством обычаев, традиций и правил; 2) связанных с ожиданиями наборов ценностей, которые объединяют их сторонников; 3) представлений людей о себе и других; 4) субъективные настроения и предпочтения, которые создают ориентиры поведения. Изначально характер и организация коллективного поведения неопределенны. Затем возникают простые формы и спонтанные типы поведения, запускающие механизмы формирования ассоциации. При дальнейшем взаимодействии людей поведение приобретает форму и организацию. Потом в группах возникают общие ожидания, ценности, представления, вкусы и настроения. При разрушении привычных форм деятельности в состоянии социального беспокойства формируются новые социальные движения, проводятся реформы, разворачиваются революции,

насаждаются религиозные культы, наступает духовное пробуждение и устанавливаются новые моральные нормы [26].

В концепции возникновения норм американских социологов Ральфа Тернера и Льюиса Киллиана коллективное поведение регулируют установленные правила и общественные оценки [235]. Исходная позиция концепции заключается в том, что в процессе взаимодействия в малых группах участники вырабатывают общие стандарты (нормы) поведения, которые, оказывая социальное давление, ограничивают их действия. Согласно концепции, установление правил происходит в процессе коммуникации, когда поведение отдельных индивидов становится общей нормой, исходя из общественной оценки ситуации. При взаимодействии в толпе людей с различными интересами и мотивами возникают эмерджентные нормы, управляющие коллективным поведением и текущей ситуацией.

Концепция порождения норм «разоблачает» концепции заражения и подражания. Согласно концепции порождения норм, толпа создает лишь иллюзию однородности поведения, так как зрелищные действия производят немногие активисты, другие наблюдают за происходящим, оказывая имплицитное содействие. Вместе с тем в толпе между активистами и участниками устанавливается приемлемая норма поведения. При этом действия активистов в толпе воспринимаются в качестве характерных действий всех участников. Участники толпы действуют схожим образом не из-за заражения эмоциями или подражания поведению, а из-за восприятия и признания такого образа совместных действий. Коммуникация организаторов толпы в ходе событий ориентирована на широкую общественность, чтобы оправдать происходящие неконвенциональные действия и разрушить установленные в обществе нормы.

Согласно концепции возникновения норм, толпа объединяет различные категории участников, следующих разным моделям поведения по разным мотивам. В неоднозначной ситуации в толпе возникают общие нормы, противоречащие установленным правилам общественного поведения. Единообразное поведение и ментальное единство являются результатом сближения предрасположенных участников, также возникает большая вариативность поведения от активных действий до пассивного наблюдения [236]. Групповые нормы распространяются на людей при возникновении чувства сопричастности к производимым действиям. Концепция отвергает однородные чувства и действия, но постулирует возникновение однородной нормы (стандарта) поведения, принимаемого участниками толпы.

Концепция прирастающих ценностей Нила Смелзера совершила определенный переворот в социологии, привнеся в нее психологические понятия и

содержание коллективного поведения [222]. При этом содержание концепции исходит из экономической концепции прибавочной стоимости. Концепции коллективного поведения пытаются понять мотивы, побуждающие людей к совместным действиям. Н. Смелзер рассматривает коллективное поведение как реакцию индивидов на неопределенную или угрожающую ситуацию, которая приводит к стихийным и неорганизованным действиям группы индивидов. Противоположностью коллективного поведения выступает конвенциональное поведение, которое отвечает требованиям принятых стандартов действий. Между ними промежуточное положение занимает организованное поведение, наблюдаемое при проведении мероприятий [101].

Н. Смелзер выделил ряд переменных, обуславливающих коллективное поведение. *Структурная благоприятность* или предрасположенность обозначает условия, позволяющие совершать нужные действия. *Структурное напряжение* или деформация, вызванные, например, неравенством и несправедливостью, порождают настроения общественного недовольства. Обобщенные или *распространенные убеждения* выступают объяснениями возникших проблем. *Провоцирующие факторы* вызывают бурную общественную реакцию людей. *Мобилизация сторонников* приводит их в состояние готовности к организованным действиям. *Социальный контроль* указывает на способность власти управлять ситуацией, предотвратить воздействие обозначенных детерминант.

Сосредоточение на этих переменных отодвинуло область коллективного поведения от социально-психологических концепций, подчеркивающих такие факторы, как анонимность толпы, экономические лишения, социальное отчуждение и общественное лидерство. Н. Смелзер полагал, что обозначенные переменные составляют необходимые условия для возникновения коллективного поведения. Объединение в одно и то же время и в одном и том же месте данных переменных составляло достаточное условие для возникновения того или иного типа коллективного поведения. Если шесть условий возникают одновременно, то происходит один из пяти типов коллективного поведения: помешательство, паника, бунт, реформа или революция. Различные аспекты шести условий и их комбинации помогают прогнозировать проявление одного из пяти типов коллективного поведения.

Концепция Н. Смелзера подходит к эмпирическим феноменам коллективного поведения иначе, чем структура элементов социального действия Т. Парсонса. Н. Смелзер, с одной стороны, разграничивает между собой такие явления, как паника, безумие и враждебность, с другой стороны, различает движения, ориентированные на нормы и ценности. При этом участники социальных движений

часто объясняют свои нормативные обязательства, ссылаясь на широко распространенные ценности. Виды коллективного поведения, различимые по их отношению к отличительному элементу социального действия, имеют общие атрибуты. Коллективное поведение подразумевает стихийную мобилизацию к действию, чтобы изменить один или несколько видов напряжения на основе обобщенного убеждения [222].

Исходя из идеи прирастающей ценности Н. Смелзера коллективное поведение обусловлено не столько психологическими факторами, сколько стремлением индивидов изменить существующие социальные условия. Он объясняет причины и последствия коллективного поведения структурными факторами разделения на социальные группы, напряженностью в отношениях между социальными группами, распространения обобщенных верований, активирующие действия инциденты, проведение мобилизации для организованных действий, обеспечение властью социального контроля ситуации. Причем результат совместных действий во многом обуславливают предыдущие события, формирующие обобщенные верования. В целом концепция Н. Смелзера контрастировала с доминирующим социально-психологическими концепциями Г. Блумера, Р. Тернера и Л. Киллиана, которые сосредоточились на изучении взаимодействия между людьми в толпе, типах коллективного поведения и возникновении норм в условиях неопределенности.

Концепция рациональных действий американского экономиста Мансура Олсона постулирует общественное участие из индивидуального расчета выгод и затрат [208]. Концепция исходит из экономической теории рационального выбора, согласно которой индивиды, совершая совместные действия, стремятся максимизировать выгоды и минимизировать затраты. Положения теории рационального выбора нашли применение в политических исследованиях [492]. М. Олсон полагает, что группы и составляющие их индивиды действуют в соответствии со своими интересами. В концепции коллективные действия трактуются как способ получения личной выгоды, когда индивидуальные действия невозможны или могут потерпеть неудачу. В экономических отношениях эгоистическое поведение индивидов считается правилом, а альтруистское – исключением. Рациональные и эгоистичные индивиды будут совместно действовать, если они имеют общий интерес и выигрывают от достижения общей цели. Данная концепция контрастирует с прежними социально-психологическими концепциями, предполагающими формирование групп сторонников и ассоциации на основании общего интереса в ответ на лишения и препятствия в достижении цели.

Рассматривая коллективные действия, М. Олсон исходил также из теории распределения общественных благ. Он полагал, что у каждого человека есть свои

индивидуальные интересы, но есть и общий интерес в коллективном благе. Для достижения общего блага люди либо вносят свой вклад, либо часто ничего не предпринимают, то есть пользуются благами, а другие за это платят. Коллективные блага предоставляются как вкладчикам, так и не вкладчикам, поэтому в общественных действиях многие следуют стратегии безбилетника [90]. Безбилетники фактически уменьшают количество общественного блага, доступного вкладчикам. Различия в отношениях между бенефициарами и вкладчиками, а также стратегиями действий в группе объясняются свойствами общественного блага, а не психологическими предрасположенностями и отношениями между партнерами.

М. Олсон опровергает логическое положение о совместных действиях для достижения цели при общности интересов. В каждой группе при совершении совместных действий проявляется склонность отдельных участников бездельничать, используя усилия других. Увеличение размера группы ведет к нарастанию «проблемы безбилетника», которая проявляется в избегании действий по увеличению общественных благ при участии в их распределении. Многие люди в группах предпочитают пользоваться общественными благами, надеясь на усилия других участников группы. Увеличение численности группы снижает стимулы участников прилагать усилия в интересах группы, что ведет к нарастанию транзакционных издержек. По этой причине малые группы более эффективны, чем большие. Безбилетников становится меньше при предоставлении предпочтений активным участникам совместных действий. Участники малых групп более расположены действовать в общих интересах, чем участники больших групп.

В большой группе рациональные действия участников ориентированы на максимизацию личного благосостояния, поэтому они будут предпринимать усилия при оказании давления на каждого или при индивидуальном стимулировании действий. Большие группы людей не будут создавать организацию для достижения общей цели, если их не будут принуждать или не будут действовать индивидуальные побудительные либо стимулирующие мотивы. В больших группах люди, как правило, не будут предпринимать значительные усилия для производства общественных благ если нет стимулов, который сулят определенные выгоды или дискриминируют индивидов в группе, принуждая действовать в общих интересах. В небольших группах люди могут добровольно помогать друг другу в достижении общих целей. Однако в большинстве случаев это сотрудничество заканчивается раньше, чем достигает оптимального уровня для всей группы. Если рассмотреть, какой вклад каждый из членов группы вносит в общее дело, то можно заметить интересную тенденцию: большинство людей эксплуатируется меньшинством.

Создание организации для получения коллективного блага влечет первоначальные или минимальные издержки. Чем больше группа, тем выше будут издержки. Как бы огромны ни были выгоды от получения коллективного блага, по мере возрастания общих издержек при добывании блага будет падать вероятность того, что даже минимальное количество блага будет получено без применения принуждения или внешнего воздействия. Формирование организации для получения коллективного блага связано с первоначальными или минимальными издержками. Однако, чем больше группа, тем выше будут эти затраты. Вне зависимости от того, насколько велики выгоды от получения коллективного блага, с увеличением общих расходов на его производство уменьшается вероятность его получения без принуждения или внешнего давления.

Три взаимосвязанных фактора препятствуют тому, чтобы большая организация работала на благо всех ее участников. Во-первых, чем больше группа, тем меньше доля каждого ее члена в общей прибыли. Адекватное вознаграждение за любое действие группы становится менее значимым, и группа отдаляется от достижения оптимального уровня благосостояния. Во-вторых, чем больше группа, тем ниже вероятность, что отдельная ее подгруппа или даже отдельный индивид получают достаточно коллективного блага, чтобы нести расходы по его обеспечению. В-третьих, с увеличением числа участников растут организационные расходы и препятствия, которые необходимо преодолеть, чтобы обеспечить хотя бы минимальное количество коллективного блага. Таким образом, чем больше группа, тем дальше она отходит от достижения оптимального уровня благосостояния, и без принуждения или внешнего воздействия обычно не способна обеспечить даже минимальное количество общественного блага.

Выводы М. Олсона были основаны на нескольких предположениях: 1) люди не мыслят стратегически и не влияют на решения друг друга внести свой вклад; 2) только основные бенефициары заинтересованы в содействии, а не гуманисты, идеологи и искатели идентичности; 3) бенефициары представляют собой изолированных лиц, не имеющих групповой и сетевой структуры; 4) производственная функция ресурсов коллективного блага линейна и беспредельна, а само благо непрерывно и делимо; 5) стимулы носят материальный, а не моральный, идеологический и социальный характер; 6) потенциальные вкладчики и бенефициары различаются, прежде всего, своей заинтересованностью в коллективном благе (своей функцией полезности), а не многими другими переменными, влияющими на стоимость вклада и ожидаемую выгоду.

В концепции публичного поведения канадского социолога Ирвинга Гофмана теоретическим основанием стала модель социального порядка, который установлен

посредством совокупности моральных норм, регулирующих возможные способы достижения индивидами поставленных целей. Общественное поведение человека меняется в зависимости от нахождения в определенной группе, то есть обладает способностью, следуя общественным ожиданиям, множить социальные личности или предстоять под разными личинами. При взаимодействии индивиды подстраивают свое поведение под групповые нормы и люди, составляющие группу, ждут от каждого человека действий в рамках установленных норм [162]. В ранних работах социальное поведение характеризует метафора театра, в котором люди играют определенные роли, управляя ожидаемыми впечатлениями, и управляют собственным поведением, подгоняя его под фрейм взаимодействия [47].

Взаимодействие лицом к лицу происходит как коммуникативный процесс, в котором каждый передающий информацию выступает ее получателем. Каждый индивид себя ведет в соответствии с восприятием и реакцией окружения. И. Гофман выделяет три базовые социальные единицы, которые являются формами взаимодействия. Первая – взаимное включение или встреча позволяет установить обоюдно обязывающие правила взаимодействия участников посредством визуального и когнитивного внимания. Вторая – социальное событие задает систему координат, в которой происходят включения. Третья – социальное собрание состоит из совокупности двух или более непосредственно взаимодействующих индивидов в определенной ситуации.

Люди выступают в качестве участников социальных событий, ограниченных в пространстве и времени мероприятий, обеспечивающих структурирование контекста. В ходе социальных событий люди действуют в соответствии с уместными, предполагаемыми или официальными шаблонами поведения. В социальных событиях люди дифференцируются по «контуру вовлеченности» в деятельность, подразделяясь на участников и зрителей. При этом участники социального события могут исполнять различные роли. Поведение индивидов в определенных ситуациях обуславливают социальные ценности или нормы, которые регулируют интенсивность взаимодействия, степень вовлеченности участников и разделение на виды деятельности.

Социальные ситуации взаимодействия вынуждают индивидов модифицировать свое поведение посредством нормативно заданных способов, превращая собрание людей в сообщество, группу или организацию. В присутствии других поведение индивидов соответствует наборам правил, диктуемых ситуационными приличиями. Вовлеченность в совместную деятельность формирует привязанность к собранию. Так ситуационные приличия группы приводят к чувству принадлежности к ней, которое проявляет способности вовлекаться, выражаемой во

внимании, интересе и ориентации. Таким образом, нормы на самом деле являются правилами, которые обуславливают привязанность индивидов к социальным общностям либо отстраненностью от них, закрепляя смысл отношений [48]. Индивид в процессе социальной интеракции способен не только посмотреть на себя глазами других, но и скорректировать собственное поведение в соответствии с их ожиданиями, создавая о себе наиболее благоприятное впечатление для достижения наибольшей выгоды от взаимодействия. Каждый человек живет в мире социальных взаимодействий, вовлекающих его в личный или опосредованный контакт с другими участниками в соответствии с избранной линией поведения, выраженной в паттернах вербальных и невербальных действий.

Индивиды придерживаются определенных правил и линий поведения в контактах с другими. Нарушение линии поведения вызывает чувство неловкости, а нарушение правил поведения – наложение общественных санкций. В обществе правила поведения составляют как правовые и нравственные нормы, так и церемониальные формы самовыражения и этикета. Правила поведения оказывают на человека как прямое, так и косвенное воздействие. С одной стороны, они устанавливают моральные ограничения, которые человек должен соблюдать. С другой стороны, они формируют ожидания, что другие люди будут вести себя определенным образом по отношению к нему. Приверженность индивидов правилам обеспечивает постоянство и упорядоченность поведения, а также в целом устойчивость социального порядка [45].

Концепция конструирования реальности П. Бергера и Т. Лукмана исходит из создания когнитивных правил для агентов, институтов и структур, которые управляют коллективными действиями [132]. Коллективные действия производятся в процессе деятельности человека и социальных институтов. Взаимодействие людей формирует в сознании когнитивные представления о ролевых действиях. В социальных группах каждый участник играет определенную роль. Принятие ролей, установление связей между участниками при взаимодействии в группе приводит к оформлению институтов. В свою очередь социальные институты способствуют созданию сплоченных сообществ для коллективных действий.

Мир, создающийся в мыслях и действиях людей в повседневной жизни, воспринимается ими в качестве реального. Повседневный мир конструируется посредством объективации субъективных смыслов. Деятельность человека с течением времени подвергается опривычиванию (хабитуализации). Часто повторяемые действия людей становятся образцами, которые можно в дальнейшем экономично и осознанно воспроизводить. Опривычивание приводит к психологическому следствию уменьшения ситуаций выбора действий. Социальная

структура представляет собой совокупность типизаций поведения, которые проявляются в повторяющихся образцах взаимодействия.

Поведения человека направляют институты посредством механизмов социального контроля, который делает поведение более предсказуемым и управляемым. Если деятельность человека институционализирована, то она подвергается социальному контролю. Принятие институтов происходит в процессе социализации без явных принудительных мер. Институты программируют поведение людей, делая их действия более прогнозируемыми. Типизации опривыченных действий, составляющих институты, доступны для понимания участниками социальной группы, так как и сам институт типизирует индивидуальные действия. Типизация людей в качестве исполнителей ролей означает, что их поведение подвержено принуждению. Отклонение от социальных ролевых стандартов влечет наложение санкций.

Наряду с институтами поведение контролируют роли, которые образуются также в процессе опривычивания и объективации. П. Бергер и Т. Лукман отмечают: «Институт со всей совокупностью «запрограммированных» действий подобен ненаписанному либретто драмы. Постановка драмы зависит от вновь и вновь повторяющегося исполнения живыми деятелями предписанных им ролей. Деятели воплощают роли и актуализируют драму, представляя ее на данной сцене. Ни драма, ни институт в действительности не существуют без этой повторяющейся постановки. Тогда сказать, что роли представляют институты, значит сказать, что роли дают институтам возможность постоянно существовать, реально присутствуя в опыте живых индивидов» [29]. Роли представляют институциональный порядок на исполнения предписаний и обусловленности поведения.

В *концепции относительной депривации* американский политолог Тед Гарр рассматривает коллективное поведение в аспектах возникновения протестных настроений, мобилизаций сторонников и массовых действий [165]. Относительную депривацию он понимает, как воспринимаемые индивидами расхождения или разрывы между ценностными экспектациями (ожиданиями) и реальными возможностями. Ценностные ожидания связаны с получением благ и улучшением условий жизни, на которые люди претендуют. Относительная депривация возникает в результате снижения возможностей обеспечения потребностей при сохранении или возрастании ожиданий.

Разрыв или расхождение между социальными потребностями и реальными условиями составляет сущность относительных деприваций, вызывающей фрустрацию у множества людей. Значительное расхождение в социальном положении провоцирует у людей чувство гнева и вызывает агрессивные действия.

В такой ситуации в обществе нарастают настроения социального недовольства и индивидуальной неудовлетворенности. В социальной системе общества происходит повышение структурной напряженности, которое приводит к стремительным политическим изменениям. Лишения людей, которые не позволяют удовлетворять социальные потребности, выступают ключевой причиной протестного процесса.

Т. Гарр расценивает протестные действия как иррациональное поведение разобщенных индивидов, вышедших за рамки принятых норм. Протестные действия активизируются при завышенных социальных ожиданиях, вызванных общественными изменениями. Однако ожидания часто расходятся с возможностями удовлетворения насущных потребностей, что приводит к психологическому состоянию фрустрации. Расширение относительной депривации в условиях фрустрации приводит к нарастанию социального недовольства, приводя к политическому насилию. Интенсивность и масштаб относительной депривации обуславливают потенциал коллективного насилия, который выступает детерминантой политического насилия.

К политическим действиям людей мотивирует чувства обиды и несправедливости. Главным источником негативных чувств выступает насаждение властью социального неравенства. Расширение социального недовольства повышает восприимчивость к упрощенным верованиям и новым идеологиям. Угроза или применение силы правительствами в отношении протестующих приводит к большей интенсивности сопротивления. Незаконное и нелегитимное применение силы вызывает гнев людей. Спираль эскалации противостояния между властью и оппозицией ограничивает истощение ресурсов для применения насилия или подавления противника. Устойчивость власти зависит от возможности политического режима обеспечить институциональный контроль над населением и подавить сопротивление диссидентов [40].

Причем еще до Г. Лебона и Т. Гарра в 1856 году Алексис де Токвиль в своем труде утверждал, что французская революция 1789 года явилась результатом социальных изменений, происходивших на протяжении нескольких столетий. Расширению революционных настроений способствовало широко распространенное чувство относительной лишенности среди буржуазии, входящей в средний класс, и санкюлотов, составляющих низший слой французского общества. А. Токвиль выявил парадокс в том, что революция произошла в стране не самой стесненной феодальными порядками. По его мнению, революция произошла потому, что при постепенном разрушении феодализма на протяжении столетий улучшалось политическое и экономическое положение буржуазии и санкюлотов. Однако эти люди все еще чувствовали себя обделенными, так как старый режим не позволял им продвинуться в обществе. Чувство лишения, стремление к

справедливому положению и общественные ожидания перемен мотивировали участие многих в массовом движении, свергшем старый режим власти и ставшем образцом для последующих революций [116].

В концепции *массового сознания* советский, российский социолог Борис Грушин раскрывает основания и характер социального поведения. Он исходит из того, что обладающая сознанием личность прилагает целенаправленные усилия в определенной деятельности. В его понимании массовое сознание обуславливает социальное поведение. Массовое сознание в действии проявляется в общественном мнении, которое отражает реакции публики на события и факты [309]. Масса представляет собой не просто множество индивидов, а реальные и естественные общности, объединенные социальным процессом, осуществляющие общую деятельность. Б.А. Грушин различал массовое, коллективное и индивидуальное поведение. Индивидуальное поведение обуславливается уникальными особенностями сознания каждого человека. Коллективное поведение носит организованный и упорядоченный характер групповой деятельности. Массовое поведение проявляется в спонтанных действиях больших социальных групп, которые обусловлены массовым сознанием. При этом участники массовых общностей могут действовать как рационально и осознанно, так и иррационально, и неосознанно [52].

Общности имеют статистические, стохастические, ситуативные и гетерогенные признаки. Статистика общности выражена в количественных и качественных дискретных единицах множества индивидов. Стохастичность отражает вероятностную природу общности, формируемой неупорядоченно и случайно, с открытыми и размытыми границами. Ситуативность общности показывает ее образование и функционирование в определенных рамках совершаемой в некоторое время деятельности, что придает ей свойства неустойчивости и изменчивости. Гетерогенность характеризует разнородный состав общности, преодолевая грани границы социальных, демографических, политических и иных групп. При этом всякая масса характеризуется как относительная общность, которую объединяет осуществляемая деятельность множества индивидов.

Согласно Б.А. Грушину, принадлежность индивидов к определенным социальным группам обуславливает тип группового сознания, которое детерминирует массовое поведение. Положение исходит из марксистского постулата о классовой форме общественного сознания. Массовое поведение обусловлено деятельностью, механизмами сознания и классовыми отношениями множества индивидов. Классовая принадлежность детерминирует механизмы

сознания, включающие установки, ориентации, интересы, мотивы, настроения и др., которые приводят к определенной деятельности. Массовое поведение заключается в направленных действиях общности людей по отношению к избранным объектам, в числе которых как сама масса, так и отдельные личности, нематериальные продукты, такие как знания, ценности и традиции, материальные продукты производства, а также организации и учреждения [51].

В *концепции стихийного поведения* советский, российский психолог Юрий Шерковин рассматривает психологические аспекты формирования толпы, распространения слухов и закрепление ценностей в больших социальных группах [122]. Стихийное массовое поведение находит проявление в национально-освободительной борьбе угнетенных народов против колониального господства капиталистических стран. Совместные действия, выходящие за рамки нормы, мотивируются не столько революционными идеями просвещенного общественного сознания, сколько эмоциями, вызванными спонтанным заражением. Формы социального поведения зависят как от воли индивида, так и влияния других людей. В качестве мотивов социального поведения выступают социальные ценности, которые формируют в сознании индивидов установки, упрощающие определение позиции и оценки, и создают ориентации, придающие целенаправленность деятельности личности [123].

Стихийное поведение характеризуется как неорганизованные действия большого количества людей. Носителями стихийного поведения выступает множество людей, объединенных общим эмоциональным состоянием, а не группа, объединенная общими целями и функциональной деятельностью с распределением ролей. Возникновению и развитию стихийного поведения способствует механизм циркулярной реакции, создающий эффект эмоционального кружения. Циркулярная реакция обычно возникает в условиях социального напряжения, когда люди испытывают общие проблемы, вызывающие схожие эмоции [439]. Типичными формами стихийного поведения выступают распространение слухов и образование толпы.

Слухи возникают в обыденной жизни исходя из актуализации стереотипов в общественном сознании. Появление слухов указывает на недостаток информации или недоверие к официальным источникам информации. Слухи обычно выражают общественные желания, страхи и недовольство. Распространение слухов обусловлено общественными потребностями, интересами и представлениями. Влияние слухов зависит от неопределенности ситуации с общественными ожиданиями и интенсивности распространения содержания частных сообщений социального факта. Слухи формируют общественные настроения, мнения и доверие.

Слухи подразделяются на экспрессивные, вызывающие эмоциональную реакцию, и информационные, направленные на распространение различных сведений. Слухи способны повысить готовность индивидов к определенным действиям, выступая одним из важных способов политической мобилизации [438].

Согласно Ю.А. Шерковину, толпа представляет собой внешне неорганизованную общность, которую отличает конформизм участников, проявляемый в эмоциональности и сплоченности совместных действий. Толпа как неорганизованное скопление многих людей имеет несколько видов, различаемых по характеру поведения и типу эмоции. Случайная толпа образуется при неожиданных происшествиях. Конвенциональная толпа собирается на объявленные мероприятия, а их участники следуют принятым нормам. Экспрессивная толпа обычно преобразуется из предыдущих при возникновении общего эмоционального настроения и совершения общих действий. Экспрессивная толпа может перейти в крайнее состояние экстатической толпы, для которой характерны иступленные и ритмические действия участников. В политическом отношении особый интерес представляет действующая толпа, которая может проявляться в агрессивных, панических, стяжательных и повстанческих действиях. Агрессивная толпа стремится к разрушению, паническая толпа избегает мнимой опасности, стяжательная толпа захватывает материальные ценности. Повстанческая толпа стремится радикальным способом изменить социальную или политическую ситуацию. При этом один вид толпы может в ходе выступлений под влиянием обстоятельств и случайностей преобразовываться в другой [91].

Концепция рационального выбора американского социолога Джеймса Коулмана заложила микрооснования для анализа макросоциальных процессов. Уникальность концепции Д. Коулмана состоит в объяснении перехода от микроуровня, на котором происходят действия индивидов, к макроуровню, на котором функционируют социальные институты. Исходя из концепции макросоциальные явления, такие как политические режимы или экономические кризисы приобретают эмерджентные свойства рациональных индивидуальных выборов. Концепция предлагает изучать общество через призму рациональности, обмена ресурсами и формирования социального капитала. В отличие от экономистов, фокусирующихся на рыночных взаимодействиях, Д. Коулман акцентировал внимание на социальном обмене, включающем не только материальные, но и символические ресурсы (доверие, информацию, власть). Он ввел понятие «социального капитала» как ресурса, возникающего из сетей доверия и кооперации, который снижает транзакционные издержки и облегчает коллективное действие.

Д. Коулман рассматривал социальные системы как совокупность рациональных акторов, чьи решения направлены на максимизацию полезности. Концептуальная модель строится на ряде основополагающих элементов: акторах, ресурсах, интересах и правилах. Акторами представляются индивиды или группы, обладающие ресурсами и предпочтениями. Ресурсами обозначаются объекты обмена, такие как деньги, знания, социальные обязательства и другие. Интересами предопределяются мотивы и стратегии действий акторов. Правилами называются институциональные и неформальные нормы, регулирующие взаимодействия индивидов [145]. Из этих системных элементов власти строятся отношения и структуры, основанные на праве распоряжаться ресурсами и управлять действиями подчиненных акторов на основании установленных норм. Реализация норм происходит, когда социальные отношения между акторами позволяют им разделить выгоды получения дивидендов и издержки применения санкций.

Для достижения результата акторы действуют в своих интересах, используя подконтрольные ресурсы. Однако для достижения максимального результата акторам необходимо овладеть неподконтрольными ресурсами. Решением проблемы может быть обмен правами, означающими передачу контроля над ресурсами. Рациональные акторы инициируют и поддерживают нормы поведения на основании выгоды при их соблюдении и вреда при их нарушении. Агенты предпочитают конвенциональное и доверительное взаимодействие, что приводит не к максимальному выигрышу для одних, а к разделенному выигрышу для всех. Люди часто в одностороннем порядке передают другим контроль над своими действиями, пытаясь максимизировать свою полезность. Однако стремление индивидов достичь максимальной полезности непостоянно, что делает коллективное поведение неустойчивым [144].

Объяснительная модель рациональных действий исходит из соотношения интересов и ресурсов акторов. Концепция позволяет анализировать формирование институтов как результат договоренностей рациональных акторов, коллективные действия через призму дилеммы безбилетника и роли социальных санкций, власть как контроль над ресурсами, определяющий возможность политического влияния. Между тем концепция рационального выбора Д. Коулмана вызывает критику за редукционизм, который заключается в игнорировании иррациональных мотивов, эмоций и культурного контекста, а также за ограниченность прогнозирования в ситуации политической неопределенности, когда поведение акторов трудно квалифицировать как рациональные действия.

В концепции *диспозиционной регуляции* советского, российского социолога Владимира Ядова социальное поведение рассматривается в рамках системы

упорядочивания жизнедеятельности личности. Диспозиции возникают в результате противоречий между потребностями и условиями жизни. Социальное поведение личности регулирует присущая каждому система диспозиций (предрасположенностей или установок). Потребности, установки и ситуации формируют иерархические системы социального поведения личности. Потребности выступают источником активности личности, установки задают направленность действий, исходя из различных ситуаций. Диспозиции в виде установок или ориентаций формируют структуру личности, которая обуславливает социальное поведение. Социальное включение происходит сначала в семейной среде, затем в различных группах общения и потом в процессе деятельности. В свою очередь структура диспозиций зависит от специфических особенностей личности и приобретения жизненного опыта [125].

При накоплении жизненного опыта диспозиции выстраиваются в иерархическую структуру установок или предрасположенностей, подразделяемую на уровни. На низшем уровне образуются исходя из необходимых потребностей существования элементарные установки, для которых характерны неосознаваемые действия и отсутствие переживаний. На следующем уровне диспозиций формируется система социальных установок личности, которая содержит эмоциональный, когнитивный поведенческий элементы. Эмоциональный элемент позволяет выражать оценочные суждения. Когнитивный элемент показывает рассудочный характер сознания. Поведенческий элемент указывает на готовность к целенаправленным действиям. Социальные установки формируются на основе оценки личностью свойств социальных объектов и ситуаций, соотносимые с диспозициями в отношении объектов и способов действий. На последующем уровне диспозиций формируются общие и приоритетные интересы личности на основе уже социальных потребностей, обуславливая отношения, предрасположенности и идентификации к различным сферам общественной деятельности. Высший уровень диспозиций составляет система ценностных ориентаций, определяющих жизненные цели как в отношении деятельности, так и средств их достижения [127].

Согласно В.А. Ядову, система диспозиций регулирует социальное поведение, обуславливая мотивацию, направленность, эмоциональность, последовательность субъекта действий. В процессе жизнедеятельности происходит структурирование поведенческой системы диспозиций на уровне когнитивной и эмоциональной подсистем личности в целостную и устойчивую иерархию. Ключевой функцией диспозитивной системы установок выступает психическая регуляция социального поведения личности, также подразделяемая на иерархические уровни. На исходном уровне происходит регуляция реакции личности в виде поведенческих актов на

определенную ситуацию. На следующем уровне из поведенческих актов образуются привычные действия, которые составляют деятельность личности. На высшем уровне личность на основании целеполагания реализуют «жизненный план».

Ценностные ориентации соответствуют наиболее высоким социальным потребностям, направленным на саморазвитие и самовыражение личности. Система ценностей личности образуется на основе исторических форм жизнедеятельности общества в целом и отдельных социальных групп. Причем принадлежность либо идентичность индивида определенной социальной группе детерминирует его мировоззренческие представления, идеологические пристрастия и образ мыслей, что способствует саморегуляции социального поведения [126]. Таким образом, освоение культурных и политических ценностей происходит в системе социально-классовых отношений. Исходя из иерархической организации деятельности социальное поведение может быть сведено к иерархической структуре совместных действий.

В *концепции деятельности личности* советский психолог Алексей Леонтьев обосновывает с марксистской позиции социальную детерминацию поведения, отрицая ключевую обусловленность развития способностей человека наследуемыми биологическими особенностями. В своем видении социальной природы психологии личности, ставшей основополагающей в советской науке, развивает идеи формирования сознания и социализации человека Л.С. Выготского [39]. Специфические способности и функции личности формируют социальные условия жизни, окружающий мир предметов и явлений, которые созданы трудом и борьбой поколений в процессе исторического развития общества. Биологический фактор определяет только второстепенную морфологическую «фактуру» человека, а социальный фактор — главное содержание сознания, в частности его функции и структуру [74]. Вне социальной деятельности индивид может существовать только в качестве биологического существа.

Согласно А.Н. Леонтьеву, сознание человека выступает высшей формой отражения реальности, учение о деятельности и ее строении. Сознание управляет поведением человека, регулирует процесс активности целенаправленной деятельности. Сознание, поведение и деятельность взаимосвязаны, составляя единую систему. Классовая принадлежность, зависящая от дифференциации общества, изначально обуславливает развитие связей индивида с окружающим миром, масштаб направления практической деятельности, круг общения, возможность получения знаний и восприятие норм поведения.

Объяснения объективных связей и отношений социального поведения возможны при оценке предметного содержания деятельности, которая отражается на психическом развитии. Многообразная деятельность составляет закольцованную

структуру, в которой начальная афферентация (поток нервных импульсов) вызывает эффекторные процессы в предметной среде, изменяющие исходные афферентирующие образы. Однако психическое отражение предметного мира вызывает не внешнее воздействие на объект, а субъективные процессы, возникающие при контакте с предметным миром [73].

Человеческая жизнь понимается как смена видов деятельности. В процессе деятельности происходят переходы из положения объекта в положении субъекта и обратно, а также представляются объективные результаты и продукты деятельности. Социальные виды деятельности регулируются на основе отражения образа мира, а не отражения образа ситуации в физическом поле индивидуальных действий. Социальная деятельность и условия ее осуществления предполагают наличие у индивидов целей и средств, которые опосредствует связи между ними. Социальная деятельность образует систему общественных отношений и условий.

Структура деятельности включает высший уровень особых видов деятельности, нижестоящий уровни действий и операций и низший уровень психофизиологических функций. Деятельность обусловлена потребностями и мотивами действий человека. Потребность заключается в состоянии зависимости как от материальных, так и от духовных предметов и условий жизни. Мотив выступает формой опредмеченной потребности, побуждающей к активности. Деятельность состоит из целенаправленных и последовательных действий, решающих поставленные задачи и возникающие проблемы. Посредством действий люди реализуют социальные цели, которые обусловлены общественными отношениями [75].

В *концепции социального пространства* французского социолога Пьера Бурдьё коллективные действия выступают производными общественных отношений [138]. Социальное пространство понимается как поле взаимодействия между агентами (индивидами), которые навязывают всем входящим в ее границы установленные нормы, не сводимые к личным намерениям и интересам. Агенты и группы определяются по их относительным позициям в социальном пространстве [34]. При этом люди рассматриваются как «активные стратегии», которые не столько следуют культурным нормам, сколько манипулируют правилами в своих интересах. Приобретение навыков пользования культурными кодами происходит в процессе интериоризации, когда люди усваивают свое положение в социальной структуре. В его трактовке культура основывается не на ценностях, а на навыках и способностях, которые позволяют новаторски действовать в рамках устоявшихся моделей поведения.

Согласно П. Бурдье, условия существования образуют детерминации, которые воспроизводят обозначаемые габитусами системы устойчивых диспозиций, функционирующие как «структурирующие структуры». Габитусы порождают, организуют и упорядочивают социальные практики и представления подобно действиям дирижера оркестра. Воссоздание социальной реальности обусловлено структурным ограничением когнитивного восприятия индивидов и групп. Представления субъектов зависят как от их социальных позиций и соответствующих интересов, так и от габитуса, систематизирующего модели восприятия и оценки посредством сложившихся на основании опыта когнитивных структур. Габитус состоит из системы моделей восприятия, воспроизводства и оценки поведения. Он генерирует образцы поведения и представления, но их воспринять могут субъекты, обладающие кодом классификации, моделями и понимающие их социальную значимость. Габитус помогает субъекту определять свое место и место других в социальном пространстве [284].

Под габитусами также понимаются приобретенные индивидами в процессе социализации предрасположенности. Так габитус группы либо класса устанавливается при произвольном согласовании индивидуальными агентами, что обусловлено общими интересами и представлениями о способах их продвижения. Коллективные практики в большей степени производны от габитуса, чем от установленных для координации действий индивидов правил. Габитус как система «перемещаемых диспозиций» делает возможным выполнение разных задач посредством переноса схем аналогичных решений. Габитус обуславливает набор предпочтений, вкусов и привычек специфичных для социального положения человека, а также манипулирование социальным миром, интериоризируя его и его стандарты. Социальные технологии позволяют мобилизовать материальный и символический капитал для формирования сплоченной группы, действующей «как единое лицо». Организация коллективных действий предполагает приложение усилий для мобилизации в соответствии с диспозициями и возможностями агентов [285].

В *концепции социальной структуризации* британского социолога Энтони Гидденса осуществлена попытка объединить положения структурализма, интеракционизма и рационализма [160]. Согласно концепции, люди, как социальные акторы, являются разумными и осведомленными субъектами деятельности, которые обладают представлениями относительно условий и последствий своих действий в повседневной жизни. Они способны обоснованно описать собственные поступки и объяснить причины своего поведения. Пределами разумности акторов служат бессознательные действия и непреднамеренные последствия, а осведомленности —

непознанные условия и недоступная информация. Доминирующей формой повседневной социальной активности выступают повседневные и повторяющиеся практики (рутины), которые психологически минимизируют источники подсознательной тревожности и поддерживают чувство онтологической безопасности.

Свойства структурирования социальной системы существуют только благодаря непрерывному воспроизводству различных форм социального поведения во времени и пространстве. Людям как субъектам (акторам) деятельности присуща способность к рефлексии повседневного социального поведения, которое характеризуется как рутина (общепринятая практика). Деятельность и познание составляют непрерывный поток социальных действий взаимодействующих индивидов. Основу общественной жизни составляют позиционирование индивидов, выраженное в их расстановке в пространстве социальных взаимодействий. Социальные действия постоянно воспроизводятся акторами прежними способами. Стратификационная модель социальных действий включает *рефлексию*, предполагающую рутинный мониторинг или контроль в обыденной жизни поведения личного и окружающих; *рационализацию*, состоящую в оценке ситуации, возможностей и ограничений; *мотивацию*, выраженную в побудительных желаниях или потребностях.

Социальные действия трактуются как повседневный поток поведения, а не акты текущей деятельности. Контекст или обстоятельства взаимодействия индивидов подразумевает: а) пространственно-временные границы (как правило, обозначенные символическими или физическими маркерами), разделяющие эпизоды или участки взаимодействия; б) сопричастие акторов, благодаря которому можно наблюдать многообразие выражений лица, жестов и телодвижений, лингвистических и иных средств коммуникации; в) осведомленность и рефлексивное использование этих феноменов во имя воздействия или контроля за ходом взаимодействия. Социальные идентичности и позиционирование субъектов в пространственно-временных структурах взаимосвязаны с нормативными правами, обязанностями и санкциями, которые образуют определенные роли в коллективе.

Структура порождает структурирующие свойства социальных систем, обеспечивающие связность времени и пространства, воспроизводящие повседневные практики поведения, создающие иерархические организованные сообщества. В концепцию заложен принцип двуединства структуры, как комплексы правил и ресурсов, обуславливающих взаимодействие индивидов, выступают средством повседневного воспроизводства социальной жизни и результатом производства деятельности. Власть регулирует отношения между деятельностью

субъектов и социальной структурой, выступая средством обеспечения выполнения действий. Сущность борьбы за власть заключается в перераспределении ресурсов, установлении контроля отдельных акторов и групп в социальных системах, возможности влиять на обстоятельства и условия деятельности других. Субъекты деятельности в зависимости от специфики социальных контекстов извлекают пользу от находящихся в их подчиненном положении ресурсов [42].

В *концепции коллективной идентичности* итальянского социолога Альберто Мелуччи приверженность группе доминирует над рациональными и стратегическими мотивами совместных действий. Коллективная идентичность формируется в процессе интерактивного «конструирования» системы совместных действий. При активации отношений между акторами происходит согласование ролей и правил в рамках сообщества. Коллективная идентичность формируется в процессе взаимодействия в группе людей, действия которых обусловлены направленностью, возможностями и ограничениями. Тогда как социальные действия опосредуются сетевыми связями, формирующими отношения групповой общности [197]. В группе со сложившейся идентичностью коллективные действия встраиваются в структуру отношений, схемы взаимодействия и модели поведения. Мотивация социальных действий индивидов производна от общей направленности деятельности сообщества.

Концепция коллективной идентичности создана под влиянием конструктивистского подхода. В современных обществах социальное действие смещается с традиционного на сконструированное. Привычный социальный порядок, закрепленный в институтах и ролях, уже не может воспроизводиться, так как в общественном сознании, ставшем полем перманентного когнитивного и эмоционального воздействия, создаются новые смыслы совместных действий. Социальное конструирование сообщества посредством согласования правил, изменения отношений, пересмотра условий происходит в процессе подготовки и осуществления коллективных действий. Индивиды в сообществе формируют представления о себе исходя из смысла действий, проявляемого в целенаправленной ориентации, ресурсов для действий, образуемых посредством социальных отношений внутри системы, пределов действий, задающим возможности и ограничения, результатов действий, соотносимых с поставленными целями.

А. Мелуччи выделяет когнитивный, коммуникативный и аффективный факторы формирования групповой идентичности. Когнитивный фактор отражают идеологические схемы, посредством которых интерпретируются цели, средства и сферы коллективных действий. Коммуникативный фактор активизирует взаимодействие в сообществах, что приводит к достижению соглашений и

совместному принятию решений. Аффективный фактор усиливает эмоциональность интерактивных действий и связей, способствуя сплочению сообщества. Формирование коллективной идентичности предполагает возникновение эмоциональной вовлеченности в сообщество, когда люди чувствуют себя частью целого [198].

В концепции социальных дилемм американский политолог Элино́р Остро́м рассматривает коллективные действия посредством моделей рационального выбора. В идеальной модели социальных дилемм все участники коллективных действий знают текущую ситуацию и возможный доход при выборе стратегии, которая принимается каждым индивидом самостоятельно. Влияние внешних акторов или координация исключены, чтобы участники могли сами между собой согласовывать свои действия. Коллективные отношения строятся из таких элементов, как доверие, репутация и взаимность, которые обуславливают уровень сотрудничества и в результате размер прибыли [557].

В своих исследованиях Э. Остром пришла к ключевому заключению, что небольшие сообщества граждан способны развивать институты самоуправления, предотвращая чрезмерную эксплуатацию общественных ресурсов. Принципы эффективного управления общими ресурсами посредством коллективных действий заключаются в следующих положениях: 1) необходимо определить границы общего ресурса и ограниченную группу доступа; 2) правила пользования ресурсами должны соответствовать потребностям и условиям местного сообщества; 3) решения должны приниматься всеми участниками сообщества; 4) использование общих ресурсов нужно контролировать, а за нарушение правил установить ответственность; 5) санкции за нарушение правил должны нарастать; 6) конфликты следует разрешать неформально; 7) власти должны признать установленные правила самоуправления; 8) локальные сообщества должны быть интегрированы в крупные системы управления [92].

Рациональность действий людей ограничена, поэтому они не всегда выбирают стратегию адекватную ситуации. Люди не располагают полной информацией о текущей ситуации и возможных действиях, а также действиях конкурентов. Люди выстраивают стратегии поведения посредством эвристики, а также разрабатывают и применяют нормы и правила. Нормами считается позитивная либо негативная оценка людьми действий. Следование нормам зависит от культуры общества, социальной среды, культуры людей и разных ситуаций в разное время. Приняв нормы поведения, одни люди начинают влиять на поведение других. Правила соответственно устанавливают возможные и нежелательные действия в определенной ситуации, предусматривая стимулы либо санкции. В течение жизни

люди усваивают общие правила поведения, применимые в различных ситуациях. Установленные правила способствуют сотрудничеству при открытых взаимных обязательствах и добросовестном их исполнении.

Э. Остром применила теорию коллективных действий к ряду эмпирических исследований в различных странах мира, придя к следующим заключениям. Люди создают правила и адаптируют нормы для решения своих проблем. Они учатся доверять друг другу и соблюдать нормы взаимности, когда их действия контролируются и их соблюдение влияет на их репутацию. Дилемма заключенного превращается в игру на доверие. Взаимность, репутация, положительная обратная связь в группах лицом к лицу и долгосрочный горизонт способствуют сотрудничеству, которое преодолевает социальные дилеммы безбилетника [366].

Таким образом, люди способны использовать нормы сотрудничества и вырабатывать правила для достижения общих интересов. В контексте разрешения социальной дилеммы доверие открывает возможность сотрудничества с расчетом получения прибыли. Люди рассматривают ситуации как возможности взаимодействия из рациональных соображений, используя умения и навыки, приобретенные в результате образования и опыта. Высокая эффективность сотрудничества достигается, когда многие участники испытывают к другим доверие, применяют нормы взаимности и приобретают репутацию надежных партнеров.

В *концепции социальных представлений* французского психолога С. Московичи коллективное поведение обусловлено сетью общих понятий, распространенных утверждений и личных умозаключений, возникающих при взаимодействии людей [202]. Социальные представления позволяют человеку, включенному в различные группы, осмысливать действия, события и процессы в социальном контексте. Социальные представления составляют: а) информация, несущая знание об объекте; б) поле, организующее содержание; в) установка, отражающая эмоциональное отношение к объекту. Социальные представления выполняют функции инструмента познания окружающего мира, опосредования общественного поведения и адаптации в меняющемся мире.

Согласно концепции С. Московичи, в своей социальной группе или сообществе среди индивидов происходит сближение убеждений, эмоций и норм поведения, а в отношении враждебной социальной группы или сообщества среди индивидов наблюдается их поляризация. Эмоции объединяют либо разъединяют людей, которые не теряют способность разумно мыслить. Ключевой постулат его концепции: все коллективные действия совершаются бессознательно, а все бессознательные явления относятся к коллективному поведению. Так, толпа

является коллективной формой поведения, побуждая индивидов к бессознательным действиям.

Авангард «народных масс» составляют люди, вырванные из своей среды, собранные и перемешанные в «периферийных гетто». В этой массе появляются предводители толп, которые объединяют разнородные элементы общества. Идейные течения, распространяемые верования и формируемые представления наэлектризовывают скопления людей, которые сплываются в толпе, совершая организованные действия. Масса способна стать движением, когда множество людей упорно стремятся к цели. Индивиды растворяются в безликой массе под влиянием вождей, внушающим высшие идеи посредством пропаганды и манипуляций. Толпа объединяет группу людей на основе психологической общности, выражая в действиях страсти и грезы [84].

В *концепции политического протеста* голландского психолога Берта Кландерманса коллективные действия рассматриваются как акты социального поведения [176]. Он выделял три мотива политических действий: 1) инструментальность – участие исходя из возможности повлиять на ситуацию; 2) идентичность – участие исходя из приверженности социальной группе; 3) идеология – участие исходя из выражения позиции. Мотивы участия усиливает гнев, увеличивая вероятность превращения намерений в действие. Как полагает Б. Кландерманс, люди могут хотеть изменить ситуацию, действовать как члены своей группы, выразить свои взгляды или выплеснуть свой гнев [239].

Инструментальность производна от чувств обиды, неравенства, несправедливости, депривации, возмущения в обществе, но построена на вере людей изменить социальную и/или политическую ситуацию при доступных затратах. Ожидаемые издержки и выгоды коллективных действий подразделяются на избирательные и коллективные стимулы. Избирательные стимулы призваны сделать участие привлекательным, предоставляя участникам коллективных действий определенные преференции. Коллективные стимулы связаны с достижением целей совместных действий группы или движения. Чем выше вероятность достижения успеха, тем выше степень участия. Причем вероятность успеха зависит от ожидаемой численности участия сторонников. Ожидание большого числа участников акции протеста повышает вероятность участия многих.

Идентичность может стать двигателем коллективных действий при условии политизации, которая происходит при осознании общих обид и возникновении внешнего врага. Политизация идентичностей в ходе борьбы за власть разворачивается как последовательность событий, которые трансформируют отношения группы с ее социальной средой. Идеология выступает одним из

основных мотивов участия в совместных действиях. Люди участвуют в акциях, чтобы выразить свои взгляды и моральное возмущение политикой правительства, привлекая общественное внимание. Мнения и действия на основании идеологических мотивов обычно заряжены эмоциями, которые возникают при межличностном взаимодействии. Эмоции гнева генерируются исходя из интерпретаций, обусловленных культурными и историческими факторами, событиями, решениями власти, положением дел в стране. При этом активисты конструируют моральный, когнитивный и эмоциональный набор установок, чтобы направить возмущения на достижение политической цели действий [178].

Таким образом, ключевыми мотивами участия в массовых акциях протеста выступают инструментальность, идентичность и идеология вместе с групповым гневом и обидами, но их степень влияния на совместные действия существенно различаются. Согласно данным исследований, идеология является самым сильным мотиватором участия в протестных действиях, а затем по степени влияния следуют идентичность и инструментальность. Между мотивацией участия в коллективных действиях предполагаемой эффективностью, групповой идентификацией, политической идеологией, чувствами обиды и гнева выявляются сложные взаимосвязи. Факторы работают вместе, играя посредническую, модулирующую и опосредованную роли, создавая сложную модель участия в коллективных действиях [585].

В целом анализ концепций позволяет проследить логику развития объяснений общественной активности по направлениям, оперирующим психологической категорией социального поведения и социологической категорией коллективных действий. В таблице 1 концепции расположены по двум направлениям в хронологическом порядке по году выхода основополагающей публикации. В каждой концепции указаны ключевые факторы общественной активности и содержательная характеристика, отражающая в большей части аспекты теоретических объяснений общественных процессов.

Таблица 1 – Основные концепции социального поведения и коллективных действий

Социальное поведение	Коллективные действия
1	2
1892 г., Г. Тард, концепции общественного мнения; подражание; иррациональная толпа и рациональная публика	1895 г., Э. Дюркгейм, концепция общественных норм; принуждение; солидарное и атомизированное общество

Продолжение таблицы 1

1	2
1897 г., Г. Лебон, концепция массового поведения; анонимность, заражение, внушение, подчинение; преступная и героическая толпы	1922 г., М. Вебер, концепция социального действия; расчет, ценности, практика, эмоции; индивидуальная мотивация и поведение других
1925 г., П.А. Сорокин, концепция социального порядка; мобильность, стратификация, альтруизм, деформация, рефлекс	1937 г., Т. Парсонс, концепция структуры социального действия; социальные роли, агенты, цели, ситуации, правила; социальные структуры и индивидуальные действия
1937 г., Г. Олпорт, концепция черт личности; общественное мнение, ценности, стереотипы, символы, нормы, эмоции; личные предрасположенности и рациональные предпочтения	1951 г., Г. Блумер, концепция символического интеракционизма; взаимодействие индивидов; экспектация поведения и интерпретация действий
1938 г., Р. Мертон, концепция структурного функционализма; социальная структура, индивидуальные роли, социальные функции и дисфункции, аномия; конформизм, инновация, ретуализм, ретреатизм, радикализм	1965 г., М. Олсон, концепция рациональных действий; максимизация выгод и минимизация затрат; общественные блага и индивидуальные интересы
1957 г., Р. Тернер и Л. Киллиан, концепция возникновения норм; взаимодействие индивидов; стандарты поведения и общественные оценки	1967 г., П. Бергер и Т. Лукман, концепция конструирования реальности; деятельность людей и институтов; объективация субъективных смыслов, формирование когнитивных представлений о социальных ролях и опривычивание (хабитуализация) действий
1962 г., Н. Смелзер, концепция прирастающей ценности; стремление изменить существующие условия; структурные благоприятность и напряжение, обобщенные убеждения, провоцирующие факторы, социальный контроль	1970 г., Т. Гарр, концепция относительной депривации; расхождения между ценностными ожиданиями и реальными возможностями; социальное недовольство, структурная напряженность, протестные действия, политическое насилие
1966 г., И. Гофман, концепция публичного поведения; социальное взаимодействие, соответствие нормам (фреймам), степень вовлеченности; социальные сборища, ситуации, события	1973 г., Д. Коулман, концепция рационального выбора; увеличение ресурсов и избегание санкций; акторы, ресурсы, интересы и нормы
1970 г., Б.А. Грушин, концепция массового сознания; общественное мнение, гетерогенная общность, коллективная деятельность	1977 г., П. Бурдьё, концепция социального пространства; габитусы («структурирующие структуры»); поле взаимодействия между агентами, социальные позиции и интересы агентов, модели восприятия, воспроизводства и оценки действий

Продолжение таблицы 1

1	2
1973 г., Ю.А. Шерковин, концепция стихийного поведения; общественные установки, социальное заражение, циркулярная реакция	1979 г., Э. Гидденс, концепция социальной структуризации; рефлексия, рационализация, мотивация; повседневные практики (рутины)
1975 г., В.А. Ядов, концепция диспозиционной регуляции; структура потребностей, иерархия установок, система ценностей	1996 г., А. Мелуччи, концепция коллективной идентичности; интерактивное «конструирование» совместных действий; согласование правил, изменение отношений, пересмотр условий
1975 г., А.Н. Леонтьев, концепция деятельности личности; классовое сознание, социальные условия, отражение образа мира	1997 г., Б. Кландерманс, концепция политического протеста; инструментальность, идентичность, идеология, эмоции; издержки и выгоды коллективных действий, политизация идентичности, чувства гнева и возмущения
2000 г., С. Московичи, концепция социальных представлений; убеждения, эмоции и нормы поведения; бессознательные коллективные действия	1998 г., Э. Остром, концепция социальных дилемм; обеспечение благосостояния; доверие, репутация, взаимность, сотрудничество, создание и адаптация социальных норм

Источник: составлено автором.

В заключение параграфа 1.1 можно сделать общий вывод о развитии взаимосвязанных концепций, составляющих теоретический фундамент теорий социального поведения и коллективных действий. Сопоставление концепций указывает на условность разделения на психологические и социологические на основании соответствия категорий социального поведения и коллективных действий. Если ранние основополагающие концепции социального поведения и коллективных действий удерживались в рамках соответствующих психологических и социологических областей научных исследований, то в поздних проявляется интеграция категорий и факторов общественной активности.

В ранних концепциях конца XIX века общественная активность объяснялась как индивидуальными факторами подражания, заражения, так и внешними факторами принуждения, подчинения, внушения, которые вызвали рациональные либо иррациональные действия. В концепциях 20-30-х годов XX века возникают ключевые положения обусловленности активности людей рациональным расчетом, системой ценностей, эмоциональным состоянием, социальными нормами, распространенными стереотипами, общественным мнением, объединяющими

символами, социальными структурами, поставленными целями, влиятельными агентами, текущей ситуацией и установленными правилами.

В дальнейших концепциях 50-70-х годов XX века общественная активность объяснялась взаимодействием индивидов, ожиданиями поведения, интерпретацией действий, стандартами поведения, общественными оценками, максимизацией выгод, минимизацией затрат, социальными интеракциями, соответствием фреймам, степенью вовлеченности, конструированием смыслов, структурным напряжением, относительной депривацией, социальным недовольством, увеличением ресурсов, избеганием санкций, индивидуальной рефлексией, рациональными мотивами и повседневными практиками.

В более современных концепциях конца XX века объяснения общественной активности состоят в политических убеждениях, эмоциональных реакциях, социальных практиках, эффективности действий, политической идеологии, групповой идентичности, конструировании действий, чувстве гнева, обеспечении благосостояния, установлении норм. Таким образом, анализ концепций выявил множество факторов, способствующих общественной активности, которые не сводятся к рациональности и иррациональности действий, а также внутренней и внешней обусловленности поведения человека.

1.2 Концепции исследования политической мобилизации

В данном параграфе раскрывается содержание процесса политической мобилизации. Современные трактовки политической мобилизации основываются на теориях модернизации обществ, социальных революций и общественных движений. В теории модернизации мобилизация рассматривается в социальном аспекте переустройства общественных возможностей, отношений, ценностей, институтов, ролей и поведения. В теории революций мобилизация рассматривается как инструмент формирования общественных настроений и организации массовых выступлений для свержения государственного строя, перемены социального порядка либо смены политического режима. Наиболее полно содержание политической мобилизации было проработано в ряде концепций общественных движений. В теории движений мобилизация рассматривается как процесс, обусловленный рядом факторов формирования сообществ сторонников для участия в совместных действиях. В рамках обозначенных теорий исследователи пытались осмыслить процесс политической мобилизации.

Теория модернизации. Первоначально ученые рассматривали мобилизацию в широком контексте модернизации общества. Американский социолог Карл Дойч

определял социальную мобилизацию как процесс перемен в обществе, который приводит к переходу с традиционного образа жизни широких групп населения отдельных стран на современный уклад. Социальная мобилизация происходит в «ареалах модернизации», охватывая сферы культуры, экономики и технологий. Мобилизация трактуется, с одной стороны, как одна из причин модернизации в длительные исторические периоды, с другой, как следствие модернизации в короткие периоды времени.

Социальная мобилизация характеризуется эрозией традиционных ценностей и разрушением хозяйственного уклада, что открывает возможности для формирования современных паттернов социализации и моделей поведения. Признаками социальной мобилизации выступают перемены места жительства, рода деятельности, социального окружения, общественных институтов, социальных ролей и моделей поведения, массовых ожиданий и потребностей, групповой и личной идентичности. Индикаторами социальной мобилизации обозначены приобщение к современному образу жизни, погружение в информационное пространство массовых коммуникаций, изменение пункта проживания, ускорение урбанизации, отток сельского населения, расширение грамотности и увеличение доходов населения.

Согласно К. Дойчу, тесно взаимосвязанные и ограниченно взаимозаменяемые индикаторы социальной мобилизации в значительной степени соотносятся с политическими изменениями. Происходящие изменения воздействуют на политическое поведение индивидов, вызывая изменение ценностных ориентиров. Люди, вырываясь из локальных сообществ, отрываясь от традиций и прежних паттернов поведения, испытывают кардинальные изменения потребностей, что требует расширения перечня государственных услуг и функций, вызывая необходимость роста численности бюрократического аппарата.

Интенсивный процесс социальной мобилизации вызывает сильное давление на политическую систему, требуя реформирования структуры власти и повышения эффективности административной организации. Расширение социальной мобилизации способствует росту политического участия, что проявляется в протестных действиях в форме восстаний, бунтов, забастовок, митингов и демонстраций, а также активности политических партий, общественных движений и объединений. Социальная мобилизация, отрывающая людей от традиционной культуры местных сообществ, способствует формированию и расширению национальных государств, консолидируя население на основе новых потребностей и ресурсных возможностей [312].

Отталкиваясь от этих положений, американский политолог Самуэль Хантингтон дал свою трактовку мобилизации, которая задала политический ракурс понятия. По аналогии, если экономическое развитие находится в зависимости от уровня инвестиций и потребления, то состояние политического порядка обусловлено политическими институтами и степенью политической мобилизации общественных сил. После Второй мировой войны стали разрушаться старые порядки, политическое развитие целого ряда стран сопровождалось нарастанием конфликтов и насилия, которые выливались в массовые бунты, военные мятежи, повстанческие движения, государственные перевороты и социальные революции. В целом ряде регионов мира происходили общественные процессы, ведущие к политическому упадку, подрыву легитимности и эффективности власти, утрате гражданственности и патриотического духа.

По мнению С. Хантингтона, распространение насилия и нестабильности в развивающихся странах вызвано стремительными общественными изменениями и мобилизацией новых социальных групп, которые в своих интересах и действиях были ограничены устоявшимися политическими институтами. Общественные изменения, в числе которых распространение урбанизации, индустриализации, грамотности, образования, массовых коммуникаций, способствуют расширению политических сознания, требований и участия, подрывая традиционные политические институты и авторитет власти. Так возникает несоответствие между быстрой динамикой социальной мобилизации, проявляемой в росте политической активности граждан, и медленной динамикой политической институционализации, что влечет нестабильность и беспорядки в обществах.

Если социальная мобилизация связана с общественными ожиданиями, то экономическое развитие обеспечивает возможность их реализации. Высокие уровни социальной мобилизации и экономического развития обуславливают политическую устойчивость. Причем между социальной мобилизацией и нестабильностью видится тесная связь. Социальная мобилизация способствует повышению ожиданий, которые будучи неисполненными вызывают недовольство, провоцирующее рост политической активности. В свою очередь слабые институты оказываются неспособными обеспечить стабильность и сдержать расширение насилия. Значительный экономический рост создает новые возможности повышения уровня благосостояния и общественного развития, также порождая среди индивидов и групп новые устремления.

С. Хантингтон выдвигает гипотезу, что социальная мобилизация оказывает более значительное дестабилизирующее воздействие на политический порядок, чем экономический рост. Разрыв между стремлениями и ожиданиями, сводящийся к

формированию желаний и их удовлетворения, порождает социальные фрустрации и чувства неудовлетворенности. Величина разрыва выступает индикатором политической нестабильности. В свою очередь отсталые политические институты оказываются неспособными удовлетворить требования, вызывая взрывной рост политической активности и как следствие политическую дестабилизацию.

Согласно С. Хантингтону, модернизационные изменения порождают ряд зависимостей. Несоответствие между социальной мобилизацией и экономическим развитием приводит к социальному разочарованию. Расширение социальной фрустрации и социальной мобильности способствует расширению политического участия, которое становится способом выдвижения требований к власти. При повышении политического участия и устаревших политических институтов нарастает политическая нестабильность. В большинстве модернизируемых стран экономический рост приводит к большему социальному неравенству, а социальная мобилизация размывает легитимность традиционного политического порядка, ввергая общество в период политической дестабилизации [120].

В свою очередь американские политологи Рональд Инглхарт и Кристиан Вельцель отмечают нелинейный характер происходящих социокультурных изменений. Их концепция заключается в эффектах процесса индустриализации, в числе которых рационализация, секуляризация и бюрократизация, а также возникновение «общества знаний», что влечет повышение роли индивидуальной свободы и личного самовыражения. Распространение ценностей самовыражения способствует развитию модернизации в направлении формирования гуманистического общества. Для первого индустриального этапа модернизации характерна мобилизация масс, которая создает предпосылки создания как демократических, так и тоталитарных режимов. Мобилизация на этом этапе проявляется в направляемом элитами процессе расширения возможностей гражданского участия, в частности введении всеобщего избирательного права. На последующем постиндустриальном этапе модернизации граждане все больше требуют установления демократии, обеспечивающую свободу выбора.

На постиндустриальном этапе в развитых странах происходит уменьшение масштабов политической мобилизации, управляемой элитами, и увеличение активности масс, настроенных против элит. Ключевым фактором перемены направления политической мобилизации стал переход по мере роста благосостояния от материалистических к постматериалистическим ценностям. Набор материалистических ценностей обусловлен потребностями выживания, а набор постматериалистических ценностей потребностями самовыражения. Причем одновременно происходят процессы трансформации ценностей в обществе и

мобилизации когнитивных способностей людей. Всеобщее образование обеспечивает рост знаний, что способствует более активному политическому участию граждан без доверия к элитам. Набор постматериалистических ценностей обуславливает когнитивную мобилизацию индивидов, способствуя росту противоэлитной активности граждан. В западных демократиях наблюдается сужение масштаба управляемых элитами мобилизационных форм политического участия, таких как голосование на выборах и партийное членство, и расширение антиэлитных форм мотивированных и экспрессивных выступлений.

В итоге Р. Инглхарт и К. Вельцель приходят к следующим основополагающим положениям: «1) социально-экономическое развитие создает все более благоприятные условия существования людей; 2) эти условия, в свою очередь, обеспечивают распространение массовых ценностей самовыражения, придающих приоритетное значение свободе личности и свободе выбора; 3) эти ценности мобилизуют социальные силы, выступающие за установление демократического строя, если он еще не существует, и за сохранение и углубление демократии там, где она уже построена» [63]. Согласно Р. Инглхарту и К. Вельцелю, демократизация происходит посредством влияния коллективных действий, независимо от того, принимает ли она форму мобилизации масс или «торга» с участием элит. Решения обуславливаются социальными силами, которые связаны с ценностями самовыражения, определяющими характер коллективных действий. Социальные силы рассматриваются как инструмент перехода к демократии, стремление к которой создает мотивацию для коллективных действий.

К. Вельцель пытается обосновать теорию демократической мобилизации как противовес становлению авторитарных режимов. Демократическую мобилизацию характеризуют широко распространенное желание построить демократию, понимание ее принципов и качеств. Потенциал демократической мобилизации оценивается на основе социологических опросов по трем критериям: 1) выраженности либеральных взглядов; 2) критического отношения к демократии; 3) желательности установления демократии. Причем желание демократии подстегивается представлениями о ее дефиците. В своей модели демократической мобилизации К. Вельцель обозначает стремление построения демократии на либеральных принципах [37].

Теория революций. Мобилизация получила раскрытие в теории революций, которые приводили к кардинальным изменениям общественного порядка. Развивая идею социальной модернизации С. Хантингтон видел суть революций в сломе политических институтов старого порядка. Быстрое распространение радикальных идей в политическом сознании и стремительное превращение массовой

мобилизации социальных групп в политические действия создают революционную ситуацию, с которой политические институты неспособны совладать. Мобилизующими факторами революционного взрыва выступают активные действия, национальные чувства и иностранная интервенция. Мобилизовать широкие массы людей на участие в революции способна политическая партия, которая выступает коллективным организатором действий. В революционных партиях лидеры контролируют мобилизованные группы, выступая в качестве вождей общественных классов и движений. При этом С. Хантингтон разделяет революции на «западную» и «восточную» модели. В «западной» модели прежде происходит слом старых политических институтов, мобилизация новых социальных групп и формирование институтов нового порядка. В «восточной» модели революционные события знаменует мобилизация новых групп, затем происходит создание политических институтов, которые низвергают старый строй [120].

Американский социолог Чарлз Тилли рассматривает революции как форму масштабных коллективных действий конкурирующих групп, которые посредством насилия разрушают установленный социальный порядок и производят смену политического режима. Он рассматривает политическую мобилизацию как один из пяти элементов реализации коллективных действий, выстроенных в определенной последовательности: 1) интересы, 2) организация, 3) мобилизация, 4) возможность и 5) действие. Интересы характеризуются как результат взаимодействия, выраженный в предполагаемых, прежде всего, политических и экономических приобретениях и потерях. Организация предполагает формирование структурированной группы для достижения намеченных целей. Мобилизация характеризуется достижением различными способами контроля над необходимыми ресурсами для коллективных действий, среди которых участники, имущество, оружие, технологии, влияние и др. Возможность соответствует благоприятному моменту происходящих изменений в раскладе взаимоотношений групп интересов. Действия заключаются в активных организованных мерах мобилизованных масс для реализации интересов. Ч. Тилли понимает мобилизацию как процесс перехода группы из пассивного в активное состояние, а демобилизацию как обратный процесс.

Сущность мобилизации состоит в возрастании контроля над ресурсами. Соответственно, уровень мобилизации выражается в установлении группой контроля над ключевыми экономическими ресурсами, в числе которых труд, земля, капитал и знания. Мобилизация предполагает не столько увеличение ресурсов, сколько установление коллективного контроля над имеющимися ресурсами. Борьба за власть состоит в использовании отдельной группой мобилизованных ресурсов для подавления соперников. Утрата коллективного контроля над ресурсами

предполагает наступление процесса демобилизации. Программа мобилизации самой группы состоит в аккумуляции ресурсов посредством повышения притязаний, а также в выборе подготовительного, или наступательного, или оборонительного сценариев мобилизации.

Модель мобилизации Ч. Тилли предполагает факторы масштаба деятельности, категории активности, плотности сетей, характер интересов и уровень организации социальной группы. Ограничения мобилизации групп накладывают превентивные действия власти, репрессивные меры, политическая ситуация и стечение обстоятельств. Этап мобилизации предшествует коллективным действиям, направленным на достижение совместными усилиями намеченных целей. Масштаб действий зависит от выраженности общих интересов с учетом преимуществ и недостатков взаимодействия, активности организации при определенной степени общей идентичности структуры и мобилизации контролируемых ресурсов.

Мобилизация требует значительных затрат ресурсов и усилий. При этом групповая организация накладывает ограничения на коллективные действия, стратегии мобилизации и манипулирование возможностями. Интересы определяет приемлемость приобретений и убытков. Группы значительно различаются в зависимости от ценностей, которые они приписывают коллективным благам, а также тем ресурсам, которые необходимо израсходовать для достижения этих благ. Группы формируются из множества индивидов, объединенных в сеть. Организованность группы зависит от связности сети и общей идентичности.

Ч. Тилли выделяет четыре стратегии политической мобилизации для групповых действий: 1) одержимые идеей общего блага фанатики, идущие в наступление; 2) ценящие ресурсы «расчетливые скряги», склонные к обороне; 3) осторожные заурядные соперники, тяготеющие к пассивности при повышении вероятности значительных издержек; 4) настроенные на максимизацию прибыли оппортунисты, стремящиеся к распределению общественных благ. Фанатики стремятся к достижению высокого уровня мобилизации. Оппортунисты используют возможности для достижения соглашения с соперниками и формирования коалиции. Интересы, организация, возможности и мобилизация являются детерминантами интенсивности и характера коллективного действия [115]. Правительства могут регулировать возможности для мобилизации посредством угроз, репрессий и помощи. Способами принуждения создаются благоприятные условия для мобилизации и коллективных действий одних групп и увеличиваются издержки для других групп. Политические системы проходят проверку на способность мобилизовать людей в свою поддержку [114].

Американский политолог Теда Скорчпол рассматривает революционный процесс как последовательность трех этапов общественных действий. Вначале в результате изменений в социальных системах происходит накопление потенциала коллективной мобилизации. Общественные настроения приобретают выраженный протестный характер, проявляются новые классовые и групповые интересы. Затем накопленный потенциал протестной мобилизации достигает высокого уровня и выливается в формирование массового движения, которое объединяет политическая идеология и структура организации. Движение стремится к достижению определенной цели, намереваясь сменить действующую власть либо демонтировать социальный порядок. На заключительном этапе лидеры революционного движения, мобилизуя сторонников, пытаются взять власть, свергнув господствующий класс и реализуя свою программу общественных изменений.

Т. Скорчпол революционный процесс склонна объяснять влиянием социально-психологических факторов мобилизации, прежде всего недовольства и дезориентации. Определение влияния социально-структурных факторов на революционные события не приносит большей ясности. Солидарность революционного авангарда в переломное время обеспечивает организация и идеология, которые консолидируют новый общественный порядок. Одно ключевое значение для свершения революции имеет не столько мобилизация организованным авангардом массы идейных сторонников, сколько возможность действовать в кризисной ситуации. В период революционных событий мобилизация масс граждан происходит с помощью трансляции как идей переустройства общества, так и патриотизма.

В революционных действиях важна не столько поддержка большинства народа и утрата легитимности власти, сколько действия влиятельных сплоченных групп, которые составляют режим и обеспечивают порядок. Особую важность представляет рассмотрение отношений «подрывных» государственных организаций с мобилизованными группами общества в революционных ситуациях. В трех великих революциях во Франции, России и Китае внешние и внутренние условия привели к расшатыванию институтов государственного порядка, массовым восстаниям низших слоев, консолидации мобилизовавшей массы революционной власти. Революционным путем в этих странах были образованы централизованные, бюрократические, великодержавные государства, которые опирались на массовое политическое участие масс. Политическая консолидация была обеспечена революционными лидерами с помощью мобилизации представителей угнетаемых низших классов рабочих и крестьян [100].

Американский политолог Джек Голдстоун определяет революцию как процесс насильственного свержения власти посредством военной и/или гражданской мобилизации масс, движимых идеологией, для достижения социальной справедливости и создания новых политических институтов. Массовая мобилизация в интересах притесняемых социальных групп и для достижения намеченных целей формирует общественные движения. Революция представляет собой объективный процесс мобилизации лидерами-визионерами силы масс для насильственного установления провозглашаемого политического порядка. Революции происходят, когда значительная часть элиты потворствует народному восстанию, либо не вмешивается в ход происходящих событий. Представители элиты обычно мобилизуют массы на свержение существующего режима.

Однако свершение революций оказывается возможным при наличии ряда условий в ситуации социальной дестабилизации. В числе пяти условий обозначены следующие: 1) нарастание экономических и финансовых проблем, сокращающих бюджетные поступления и доходы населения; 2) распространение оппозиционных настроений в кругах элиты, оспаривающих влияние в обществе; 3) проведение мобилизации народных масс, возмущенных несправедливостью и утратой прежнего положения; 4) продвижение убедительной идеологии, содержащей нарративы сопротивления и недовольства; 5) влияние иностранных государств, способных поддержать либо подавить восстание. При совпадении обозначенных условий существующий порядок становится крайне уязвимым и критическое событие способно привести к свержению строя и совершению революции [43].

Теория общественных движений. Социальные потрясения и массовые выступления 1960-х годов в развитых странах стимулировали пересмотр теорий социального поведения, коллективных действий и общественных движений. Положения концепции рационального выбора М. Олсона были переосмыслены, чтобы соответствовать социальным контекстам коллективных действий. К материальным стимулам были добавлены моральные, идентификационные и идеологические мотивы. Между спонтанной, неструктурированной толпой и организацией общественного движения обнаружилось слабо структурированная координация коллективных действий группы. Политическое участие в коллективных действиях стало распределенным между профессиональными активистами, ситуативными активистами, моральными сторонниками и сочувствующей публикой. Также были обнаружены триггеры, обеспечиваемые небольшими группами активистов и диссидентов, распространения крупномасштабных коллективных действий [149].

Ряд авторов концепций общественных движений с разных позиций пытались выявить факторы успехов и неудач социальных движений. Общественные движения в широком смысле охватывают множество действий, убеждений, мнений и стратегий общественных изменений. Теория политической мобилизации сосредоточено на трех основных вопросах: а) политические возможности, которые определяют развитие и результаты общественного движения; б) организационные процессы, формирующие мобилизацию; в) микропроцессы, приводящие к индивидуальному участию. Проблема мобилизации, используемая в теории общественных движений, заключается в вопросе о том, как собираются люди, начиная с ситуации различного пространственного рассредоточения. Как и в военных действиях мобилизация подразумевает физическую концентрацию участников в пространстве и времени, которая предшествует фазе сражения. Политическая мобилизация трактуется как процесс, посредством которого создается общественное движение и начинает действовать [197]. Социальное движение рассматривается в четырех аспектах: недовольство и возмущение, ценности и идеология, способность к организации и возможности для достижения успеха [206].

Ресурсная мобилизация. Концепция рационального выбора М. Олсона, построенная на расчете индивидами максимальной выгоды, встретила критику со стороны основоположников концепции мобилизации ресурсов, которая стала отправной в теории общественных движений. Разночтение исследователей вызвал прежде всего индивидуалистический рационализм, объясняющий характер коллективных действий. Концепция мобилизации ресурсов отводит сплоченным группам ведущую роль в организации акций, движения, волнений и революций. С позиции концепции рационального выбора в таких случаях возникает «проблема безбилетника» и индивидуальное недовольство не может преобразоваться в совместные действия. Последователи концепции мобилизации ресурсов полагают, что сформированные группы или коллективы в предпринимаемых действиях исходят из соображений максимизации полезности и минимизации затрат в борьбе за власть или отстаивании своих интересов [64].

Концепция мобилизации ресурсов, предложенная американскими социологами Майером Залдом и Джоном Маккарти в 1960-х годах, стала весьма популярной в США в 1970-е годы. Концепция стала отправной теоретической основой в исследовании общественных движений [518]. В концепции основное внимание уделяется способности сторонников общественного движения приобретать ресурсы и мобилизовать людей для достижения намеченных целей. В отличие от концепций структурной деформации или относительной депривации, концепция мобилизации ресурсов рассматривает общественные движения как

социальные институты, формируемые рациональными субъектами с определенными интересами и целями. В аспекте эффективного использования доступных ресурсов исследователи отмечают сходство в организации деятельности общественных движений и капиталистических предприятий. Основоположники концепции мобилизации ресурсов признавали социальное недовольство вторичным фактором участия в движении. Они подчеркивали организационную необходимость социального предпринимательства для преобразования «рассерженных масс» с их требованиями в движение с определенными целями и стратегиями. Общественные изменения, порождающие социальные движения, обусловлены, прежде всего, доступностью ресурсов.

Основоположники концепции находили основания социальных движений в совокупности мнений в обществе, которые представляют собой предубеждение в отношении изменений социальных структур и/или распределения. Организационное оформление социального движения для достижения целей соотносится с предпочтениями и ожиданиями сторонников. *Индустрия социальных движений* состоит из совокупности всех организаций социальных движений, разделяющих схожие цели, а *сектор социальных движений* состоит из всех индустрий социальных движений, независимо от их ориентации и принадлежности. В отношении организационных процессов М. Залд и Д. Маккарти утверждают, что современные движения являются профессиональными, возглавляются и поддерживаются оплачиваемым штатным персоналом с минимальной поддержкой «снизу». Основной вклад в финансирование социальных движений вносят сочувствующие сторонники, богатые покровители и институциональные спонсоры [541].

В рамках концепции Б. Эдвардс и Д. Маккарти выделяют пятиступенчатую типологию ресурсов, включающую группы моральных, культурных, организационных, человеческих и материальных потенциалов [154]. Основоположники концепции обозначают такие механизмы доступа к этим ресурсным возможностям как агрегирование, самовоспроизводство, кооптация и патронаж. *Агрегирование ресурсов* происходит посредством сбора сторонниками материальных ценностей, которые затем преобразуются в общие возможности и впоследствии перераспределяются между участниками движения. *Самовоспроизводство ресурсов* осуществляется участниками движения посредством преумножения агрегированных, кооптированных или предоставленных средств. *Кооптация ресурсов* позволяет производить заимствование ресурсов, которые уже были собраны либо присвоены другими общественными или некоммерческими организациями. *Патронаж* относится к выделению ресурсов социальным движениям государственными ведомствами,

коммерческими компаниями или частными лицами, которые как спонсоры осуществляют контроль, проверяя целевое назначение вложений и влияя на текущие решения [154].

Между тем концепция мобилизации ресурсов вызвала критику со стороны последователей интеракционизма, которые настаивали на нелинейности и вариативности, возможном сочетании рационального и иррационального поведения при взаимодействии индивидов. При этом коллективное поведение не является агрегированной суммой индивидуальных действий. В процессе коллективных действий под влиянием обстоятельств, в зависимости от контекста, люди способны менять цели и отношение [64]. Концепция мобилизации ресурсов подверглась критике за основополагающие представления о действиях эгоистичных, рациональных, ущемленных субъектах как предпринимателях из общественных движений [463]. Действия корыстных и рациональных субъектов, выступающих в роли предпринимателей-организаторов социальных движений, не объясняет процессов их формирования [462].

Однако наличия ресурсов недостаточно для возникновения коллективных действий. Для организации совместных действий необходимо посредством координации и стратегических усилий аккумулировать ограниченный ресурсный потенциал. В обществах доступ к ресурсам ограничен из-за существующих социальных и экономических отношений, между социальными группами существует неравенство в их распределении. Вероятность эффективной реализации совместных действий повышается за счет наличия различных видов ресурсов. Акцент на структурных факторах и ресурсах (таких как членство, деньги, организация, труд и другие материальные ресурсы) при изучении мобилизации ресурсов характеризуется тем, что в основном находится «внутри» самих движений [241].

По мнению Р. Инглхарта и К. Вельцеля, ресурсы не задают направление действий социальных сил. Ключевое значение имеют массовые представления, предопределяющие и побуждающие к действию общие цели, установки, предпочтения и мотивы, мобилизующие людей [63]. К. Вельцель выдвигает гипотезу о высокой вероятности активизации индивидов в инициировании общественного движения или присоединения к нему в зависимости от разделяемых эмансипативных ценностей. Активисты обладают навыками и ресурсами для организации массовых кампаний посредством социальных сетей, но мобилизация происходит успешно в обществах, в которых распространены эмансипативные ценности и мотивированные люди, способные действовать. Широкое распространение эмансипативных ценностей приводит к росту возможностей

мобилизации общественных движений. В современных обществах детерминантами формирования общественных движений являются ресурсы, права человека, постматериалистические ценности и социальное недовольство [37].

Концепция мобилизации ресурсов подчеркивает необходимость предприимчивости в рамках социального движения или других видов организаций для преобразования недовольства нескоординированных масс и их требований в движения с целями и стратегиями. При этом концепция мобилизации ресурсов не придает большого значения факторам идентичности и культуры, а также не предлагает достаточного объяснения успеха сообществ, групп и движений с ограниченными ресурсами в реализации общественных изменений [175]. Разные теоретические основания предполагают свои способы изучения коллективных действий и общественных движений.

Конфликтная мобилизация. В свою очередь американский социолог Энтони Обершалл ключевым фактором политической мобилизации обозначил конфликт между социальными группами, имеющими различные интересы и формы организации. Для объяснения и понимания форм, масштабов и результатов социального конфликта в противовес концептуальной позиции «разрушение-фрустрация», состоящей в испытываемых трудностях в удовлетворении жизненных потребностей в условиях кризиса, обосновывается позиция «мобилизация-солидарность», состоящей в готовности объединяться для достижения общих целей. Мобилизация трактуется им как процесс, при котором активисты укрепляют лояльность лидерам и приверженность своему делу, собирают сторонников, финансовые фонды и иные ресурсы, которые увеличивают их способность к совместным действиям. Мобилизация создает потенциал для коллективных действий. В процессе мобилизации происходит передача индивидуальных ресурсов агентам или организациям, руководство которых затем их перераспределяет на реализацию групповых целей. Исход конфликта во многом зависит от способности каждой стороны уменьшить ресурсную базу другой стороны и увеличивать стоимость мобилизации другой стороны, поддержание организации и коллективные действия [204].

В социальном конфликте сторонами являются совокупности индивидов в виде групп, организаций, сообществ и толп, а не отдельные личности. Мобилизация обеспечивает потенциал для коллективных действий. Конфликт возникает как в условиях соперничества между сторонами, так и в результате коллективных действий при столкновении интересов сторон. В начале преимущество одной стороны может подтолкнуть другую сторону к большим мобилизационным усилиям и к другим стратегиям и формам коллективных действий, что, в свою очередь, может

вызвать изменения в мобилизационных усилиях, стратегиях и коллективных действиях первой стороны. Во время конфронтации у претендента и цели есть три варианта: отказаться от конфликта, подчиниться другой стороне или сделать принудительный ход. Они выбирают альтернативу, которая максимизирует ожидаемую чистую выгоду, то есть выгоды за вычетом издержек. Объединение существующих групп обеспечивает гораздо более низкие затраты на запуск и поддержку, чем создание социального движения. Степень и формы коллективных действий, предпринимаемых для достижения коллективных целей, зависят от уровней мобилизации и репертуаров коллективных действий.

Мобилизация относится к процессам, посредством которых ресурсы отдельных членов группы сдаются, собираются и направляются для достижения общих целей и защиты групповых интересов. Поскольку мобилизация облегчается или затрудняется внутренней организацией и структурой коллектива, структура группы является важным фактором конфликта. По мере возникновения необходимости существующее руководство и организации могут быстро направлять мобилизованные ресурсы на новые групповые цели и могут расширять охват своих мобилизационных усилий с низкими затратами, используя существующие сети среди членов группы. В социальном конфликте мобилизацией сторонников для коллективных действий занимается организационная структура.

На основании анализа характера связей в сообществе Э. Обершалл приходит к заключению, что социальные группы со слабой структурой организации неспособны к совместным действиям. Социальный контроль в спорных столкновениях порождает новые проблемы и недовольство, которые мобилизуют новых участников. Освещение протестов в средствах массовой информации может способствовать быстрому распространению протеста, обозначая поднятую проблему и места сбора сторонников [205]. Мобилизация ресурсов неорганизованных коллективов обходится дороже, чем в солидарных группах, поскольку последние уже обладают четко определенным руководством. Не солидарным группам необходимо создать мобилизующую структуру, выстроить связь с населением, неся значительные расходы на поддержание организации. Солидарность положительно связана с вероятностью сбора индивидуальных ресурсов для групповых целей и позволяет поддерживать психологическое единство сообщества сторонников. В солидарных группах люди также получают материальные и психологические выгоды от членства. Социальное товарищество, поддержка, чувство принадлежности и другие выгоды возможны только через сохранение самой солидарной группы. Поскольку существует связь между индивидуальным благосостоянием и групповой солидарностью, люди в группе с

высокой солидарностью начинают ценить сохранение своей группы и ее качеств больше, чем люди в группе с низкой солидарностью. Поэтому члены групп с высокой степенью солидарности склонны выделять больше ресурсов на коллективные цели, включая сохранение своих солидарных качеств, чем члены групп с низкой степенью солидарности, что приобретает особую значимость в ситуациях конфликта. Группы с высокой степенью солидарности, а, следовательно, и с высокой степенью сплоченности, более способны удалять из своего состава безбилетников и оказывать давление на членов для соответствия групповым нормам [549].

В современном мире конфликты возникают на основе социальных, национальных, и религиозных разногласий. Политическая мобилизация конфликтующих сторон достигается посредством распространения массовыми коммуникациями коллективных мифов и этнизации идентичности [207]. Э. Обершалл выдвинул ряд положений мобилизации конфликтных групп: 1) расширение состава и разнообразия организаций, повышение активности их представителей в обществе ускоряет мобилизацию конфликтных групп, увеличивая вероятность рекрутирования не столько индивидов, сколько целых сообществ; 2) большая сегментация и сплоченность отстраненных от политического участия групп позволяет быстро и с меньшими усилиями мобилизовать членов в оппозиционное движение; 3) группа, неорганизованная в традиционную общину или современную ассоциацию, способна на протестные действия, если ее объединяют общие чувства угнетенности и враждебности, которые лучше развиваются в сегментированных сообществах, а не в вертикально интегрированном сообществе коллективов; 4) оппозиционные организации лучше рекрутируют активистов из числа интегрированных в деятельность сторонников, тогда как атомизированные не вовлеченные индивиды приобщаются к деятельности при расширении движения до значительных масштабов [206]. Таким образом, политическая мобилизация выступает производной от конфликта, который инициирует ситуация размежевания сторон, заявляющих о своих интересах и ценностях.

Мобилизационный процесс. Критически рассматривая концепцию мобилизации ресурсов, американский социолог Дуг Макадам обосновал свое видение развития и успешности действий общественных движений в рамках политического процесса. Он полагал, что мобилизация участников общественных движений связана не столько с ресурсами, сколько с мотивированной мобилизацией на основе общих установок. Активисты движения способствуют определению целей, ради которых люди мобилизуются [194]. Политическая мобилизация

сторонников общественного движения соотносится с развитием ситуации, которая создает для граждан стимулы для активных действий.

На основе анализа подъема и достижений общественного движения афроамериканцев против расовой сегрегации в США он обозначил важность четырех условий для эффективных действий: а) степень организационной готовности внутри общины меньшинства; б) уровень повстанческого сознания в массовой базе движения; в) структура политических возможностей; г) уровень социального контроля [192]. Ряд условий соотносится между собой, так организационная готовность является аспектом сбора участников для действия, а бунтующее сознание является аспектом обобщенных убеждений. В сути организационная готовность и повстанческое сознание выступают показателями политической мобилизованности униженного меньшинства, выступающего за свои права, а структура возможностей и социальный контроль указывают на шансы достигнуть целей движения в процессе подготовки и проведения массовых выступлений.

В дальнейших исследованиях Д. Макадам свои представления о политическом процессе привнес в теорию полей, развивая идеи, заложенные П. Бурдьё [32]. В теории полей совместно с Н. Флигстиным он пытается выстроить в систему коллективные действия, социальное пространство, культурную среду, организационную структуру, государственные институты и политическую мобилизацию. На их полях стратегических действий разворачивается борьба между доминирующими игроками и претендентами, в которую включены управленческие единицы, контролирующие и распределяющие ресурсы. Стороны для подготовки к противостоянию используют свои опциональные навыки и задействуют «экзистенциальные функции». На поле действий оказывает влияние как внешняя среда, так и внешние шоки, которые вызывают мобилизацию потенциальных возможностей сторон и инициируют противоборство, приводящие к открытому столкновению сторон. Этап острого противостояния обычно завершается стабилизацией ситуации [432].

Политическую мобилизацию вызывают восприятие игроками происходящих изменений и событий как угрозы или возможности дестабилизации ситуации. За атрибуцией поведения сторон следует социальное присвоение ресурсов и усиление взаимодействия. В кризисной ситуации общественной турбулентности для претендентов, обеспеченных ресурсами, открывается возможность улучшить позицию на поле действий и изменить правила игры. Однако обладание доминирующими игроками посредством системы управления материальными, культурными и политическими ресурсами обеспечивает устойчивость их позиций.

Характер угрозы происходящих изменений обуславливает вариативность процесса мобилизации, который выявляет способности игроков к социальному конструированию и стратегическому действию. Вместе с тем при результативности политической мобилизации, оспаривающей власть оппозиции, или восстановлении положения доминирующего игрока и союзников институциональное устройство поле действий будет переустроено через обновление правил поведения и культурных норм [118].

Мобилизационные возможности. Концепция мобилизации ресурсов, подвергнутая критике, получила свое развитие также в *концепции политических возможностей*, которую обосновал американский политолог Сидни Тарроу. Определение структуры политических возможностей настроено на понимание обстоятельств достижения целей протестными движениями. Анализируя тематические исследования социальных движений, начиная с 1960-х годов и заканчивая движениями и изменениями в Восточной Европе в 1990-х годах, С. Тарроу показывает, как различные обстоятельства повлияли на успешность совместных действий. Структура политических возможностей определялась как возникающие ситуации, когда государства становятся уязвимыми для коллективных действий протестующих, а недовольные властью граждане накопили ресурсы и научились их использовать, стали более организованными [231]. Таким образом, наличие ресурсов поставлено в особый политический контекст, когда правительства особенно подвержены политическому давлению со стороны оппозиции и возмущенных масс граждан.

Структура политических возможностей социальных движений С. Тарроу учитывает пять элементов, связанных с восприимчивостью правительств к влиянию социальных движений: а) степень открытости или закрытости государства, при этом открытые государства более благоприятны для социальных движений; б) стабильность или нестабильность политических взглядов, при этом менее устойчивые взгляды более благоприятны для социальных движений; в) наличие или отсутствие союзников или групп поддержки с большим количеством союзников, благоприятствующих социальным движениям; г) разногласия или отсутствие разногласий внутри элиты, при этом разногласия в элите благоприятствуют общественным движениям; д) терпимость или нетерпимость к протесту со стороны элиты, при этом терпимость к протесту идет на пользу социальных движений [229]. Данные элементы структуры политических возможностей показывают, как меняющиеся политические обстоятельства влияют на циклы развития социальных движений.

Возможности политической мобилизации значительно возрастают, когда страны впадают в кризисное состояние. Вызванное чаще всего социально-экономическим кризисом социальное недовольство запускает циклы протестных действий. Хотя протестные волны не имеют строгой периодичности и не покрывают все население стран, «особенности цикличности» характеризуются обострением конфликтов, широким географическим охватом, появлением новых общественных движений и созданием новых «основных смысловых рамок». В истории стран возникают «моменты безумия, когда все возможно», чем пользуются общественные движения, мобилизующие сторонников на протестные действия. «Моменты безумия» способствуют развитию крупных циклов мобилизации, в которых новые формы разногласий сочетаются со старыми, «экспрессивные встречи инструментальных, традиционных социальных акторов» перенимают инновационную тактику действий [576].

В целом С. Тарроу различал организованную и стихийную мобилизацию общественных движений. Организованная мобилизация намеренно конструируется для достижения определенных целей, предполагает проведения акций в рамках планируемой кампании. Для реализации политической кампании формируются координационные структуры, связывающие лидеров в центре с периферийными ячейками движения. Стихийная мобилизация, как правило, происходит в критических ситуациях экологических бедствий, техногенных катастроф и внешних угроз [230]. Однако так или иначе масштабность, интенсивность и успешность политической мобилизации зависит прежде всего от возникающих возможностей.

Мобилизующая идентичность. Концепция коллективной идентичности была призвана устранить пробелы структурного и рационального подходов, доминирующих концепций мобилизации ресурсов и политических процессов в объяснении развития социальных движений. Поскольку структурированные интересы, избирательные стимулы, инструментальная рациональность, институциональные изменения не привнесли ясности, коллективная идентичность стала альтернативным объяснением политической мобилизации. Посредством идентичности люди разделяют и осмысливают социальный мир. Коллективная идентичность находит выражение в культурных атрибутах, в частности в именах, нарративах, символах, стилях, ритуалах, моде и т. д.

Американские социологи Франческа Поллетта и Джеймс Джаспер трактуют коллективную идентичность как «когнитивную, моральную и эмоциональную связь человека с более широким сообществом, категорией, практикой или институтом, восприятие общего статуса или отношения». Коллективная идентичность описывает как воображаемые, так и конкретные сообщества, включает в себя восприятие и

конструирование связей, интересов и границ. Коллективная идентичность может быть сначала сконструирована в низах общества, а затем может воспринята некоторыми сообществами или им навязана. Исследователи коллективной идентичности сформулировали четыре ключевых вопроса: 1) Почему коллективные акторы возникают в определенное время? 2) Что мотивирует людей действовать? 3) Как люди принимают решение о стратегическом выборе участвовать? 4) Какие культурные последствия вызывают социальные движения?

Идентичность группы играет решающую роль в мобилизации сторонников и поддержании участия. Коллективные идентичности встроены в стратегии, тактики, позиции, формы и стили движений. Мобилизующую идентичность порождают сложные социальные, экономические и политические отношения между людьми. Успешность формирования идентичности движения или группы проявляется в способности рекрутировать участников и сторонников, привлекать публичное внимание и возможности вступать в коалиции. Лидеры социального движения должны управлять коллективной идентичностью, усиливая ее в процессе деятельности и происходящих событий. Усилия активистов по стратегическому формированию идентичности имеют решающее значение для привлечения сторонников. Активисты конструируют, деконструируют и реализуют коллективные идентичности как стратегии достижения целей движения. Также идентичность помогает объяснить мотивацию ухода людей из движения. Когда коллективная идентичность перестает соответствовать движению, оно приходит в упадок, участники перестают верить в миссию и значимость деятельности на стратегическом и экспрессивном уровне [561].

Мобилизацию сторонников усиливает политизация идентичности, которая начинается с проявлений недовольства и затем выдвижения требований. Сильная приверженность сообществу, движению или организации повышает вероятность совместных действий, которые в свою очередь сплачивают группу, усиливая коллективную идентичность [523]. В контексте идентичности националистические идеи выполняют функции координации, мобилизации и легитимации. Координация предполагает внедрение националистических идей среди элиты. Мобилизация обеспечивает поддержку политическому движению среди населения. Легитимация предполагает общественное оправдание целей движения, оппонирующего действующей власти [86].

Мобилизующие фреймы. Американские социологи Роберт Сноу и Дэвид Бенфорд концептуализировали фрейминг, состоящий в производстве мобилизующих и демобилизующих идей и смыслов. Социальные движения рассматриваются ими не только как «означающие агенты», вовлеченные в

производство и поддержание идей и смыслов для сторонников, противников или наблюдателей [567]. Концепция политической мобилизации посредством фреймов развивает теоретические идеи И. Гофмана. Он определял фреймы как «схемы интерпретации», позволяющие людям «находить, воспринимать, идентифицировать и маркировать» происходящие события, выделяя среди них значимые [47]. Фреймы, наделяя явления смыслом, организуют опыт и направляют как индивидуальные, так и совместные действия. Концепция фреймов в центр внимания ставит когнитивное восприятие индивидом повседневности, выходя за рамки социально-психологического и ресурсно-рационального направлений исследований.

Фреймы коллективных действий выполняют интерпретативную функцию для мобилизации потенциальных сторонников и участников, для получения поддержки наблюдателей и для демобилизации противников. Фреймы коллективных действий представляют собой ориентированные на действие наборы убеждений и значений, которые расширяют и легитимируют проведение политических кампаний, способствуя формированию общественного движения. Мобилизующую силу фреймов способен повысить общественный резонанс, эффективность которого подкрепляется достоверностью продвигаемых сообщений и заметностью событий [568]. Фреймы, охватывающие широкое поле злободневных и актуализированных проблем в социуме, обладают обычно большей способностью мобилизовывать массы.

Мобилизация участников и сторонников общественных движений происходит посредством согласования фреймов через механизмы соединения, прояснения, расширения и трансформации. Процесс согласования фрейма является необходимым условием для участия индивидов в общественном движении независимо от его ориентации или интенсивности деятельности. При согласовании фрейма происходит соединение интерпретативных представлений индивидов и движения. В результате индивидуальные интересы, ценности и действия приходят в соответствие с целями, идеологией и деятельностью движения. Прояснение фрейма активирует интерпретацию возникающей проблемы или происходящего события, укрепляя ценности или убеждения. Расширение фрейма проводится для увеличения числа сторонников и участников посредством раздвижения рамок, приобщая мнения, интересы и настроения адресных групп. Трансформация фрейма предполагает выстраивание установок противоположных традиционным рамкам, для переходов в интерпретациях на новое понимание и значение ценностей путем манипулирования [407].

Как инструмент политической мобилизации фрейминг использует когнитивные механизмы и стратегические приемы. Посредством когнитивных механизмов политические акторы конструируют смысловые рамки для мобилизации коллективного действия. Политические акторы для фрейминга используют 1) селективное акцентирование, когда выделяются одни и игнорируются другие аспекты проблем; 2) метафорическое конструирование, когда образное выражение подразумевает оценочное отношение к ситуации; 3) навешивание нормативных ярлыков, когда определенным действиям или событиям присваиваются характерные коннотации. В контексте политической мобилизации выделяются фреймы несправедливости, акцентирующие внимание на нарушениях принятых социальных норм; фреймы идентичности, конструирующие образ врага на противопоставлении «мы и они»; фреймы эффективности, убеждающие в возможности достижения успеха совместных действий. В целом приемы фрейминга активируют у аудитории определенные ассоциативные связи, что упрощает мобилизацию на основе аффективной реакции.

В рамках концепции фреймов выделяются процессы макро- и микромобилизации. Макромобилизация ориентирована на понимание политических возможностей, процессов и институтов общества. Микромобилизация обозначает социальные практики взаимодействия, разработанные и применяемые для привлечения внимания социальных групп и вовлечения участников с целью реализации коллективных или общих интересов. Поскольку цели мобилизации движений могут меняться, выделяются по крайней мере семь адресных групп: сторонники, участники, наблюдатели, медиа, союзники, противники, а также арбитры из числа элиты, принимающей решения. При этом согласованные в движении фреймы могут со временем под влиянием обстоятельств меняться, подвергаться переоценке либо пересмотру, а причины участия в совместных действиях могут стать несущественными мотивами. Поэтому постоянное согласование фреймов выступает ключевым фактором мобилизации участников и сторонников для массовых акций.

Появление массового общественного движения требует переопределения отношения многих людей к условиям жизни, они воспринимают их уже не как личную неудачу, а как проблему несправедливости в обществе. Протестная мобилизация становится возможной, когда социальные условия воспринимаются не как справедливые и незыблемые, а как несправедливые и изменяемые. Распространенность фрейма несправедливости создает необходимые общественные настроения для мобилизации граждан на восстание против власти. Посредством фрейма несправедливости решения и действия власти интерпретируются как

антинародные и нелегитимные, что приводит к формированию установки неприятия государственных институтов и неподчинения установленным нормам. Таким образом, фреймы не столько обозначают существующие проблемы, сколько посредством интерпретации событий распространяют общественное недовольство, продвигая озвученные проблемы. В целом деятельность активистов движений «фреймирует мир», разрушая повседневные представления и рутинные практики.

Основные задачи фрейминга общественных движений сводятся к диагностике, прогностике и мотивации. Диагностический фрейминг предназначен для идентификации проблемы сторонниками движения, которые договариваются об общем понимании ситуации, требующей изменения, и для атрибуции относительно обозначения виновников проблемы. Прогностический фрейминг призван формулировать на будущее альтернативный набор договоренностей. Мотивационный фрейминг настроен на мобилизацию сторонников, призывая действовать сообща для изменения ситуации. Решение основных задач фрейминга общественных движений приводит к «мобилизации консенсуса», способствующему достижению согласия, и «мобилизации действия», способствующего участию в акциях [458]. В целом фрейминг общественных движений представляет собой процесс создания участниками значений ситуации, в соответствии с которыми они ведут себя в формируемом сообществе.

Эмоциональная мобилизация. Американский социолог Д. Джаспер подверг ревизии классические парадигмы, рассматривающие социальные движения через призму рационального выбора или структурных условий. Вместо этого он предлагает «культурно-когнитивную» концепцию, в которой эмоции выступают двигателем политической активности, а не внешним проявлением коллективных действий. Когнитивные аспекты политической мобилизации социальных движений и протестных действий связываются с проявлениями сильных эмоций. Концепция Д. Джаспера контрастирует с теорией рационального выбора, в которой решения участвовать в совместных действиях основаны на расчете выгод и издержек. Он переосмысливает роль эмоций в коллективных действиях, пересматривая дихотомию рационального и эмоционального поведения.

Д. Джаспер обосновывает модель политической мобилизации, в которой эмоции: 1) создают моральные рамки, например, возмущаясь несправедливостью властей; 2) формируют коллективную идентичность посредством солидарности и сопереживания; 3) стимулируют действие, превращая наблюдателей в активистов. Эмоциональные реакции генерируют энергию, которая используется в качестве «топлива для протеста». Успех общественных движений зависит во многом от способности управлять «эмоциональной энергетикой», превращая индивидуальные

переживания в коллективную силу. Например, личные истории жертв насилия вызывают «моральный шок» среди общественности, нагнетая волну эмпатии и гнева. Индивидуальная травма преобразуется в массовое движение, когда вызванная эмоция среди широкой аудитории ломает социальную апатию.

Моральные потрясения из-за происходящих событий или распространяемых образов провоцируют интенсивную эмоциональную реакцию, которые становятся катализатором коллективного действия. Люди действуют в определенных эмоциональных режимах, которые включают устойчивые паттерны чувств и механизмы формирования идентичности, как, например, гордость за «своих» и ненависть к «чужим» в сообществах, образующих общественные движения. Эмоциональные связи между участниками усиливают ритуалы солидарности, проводимые в различных форматах коллективных действий (демонстрации, митинги, марши, пикеты, флешмобы). Харизматичные фигуры в общественном движении создают эмоциональное лидерство, позволяя персонифицировать борьбу и формировать эмпатию у сторонников [517].

Различные эмоциональные состояния человека имеют важное значение в мобилизации сторонников общественных движений. В частности, на политическую мобилизацию влияют возникающие в зависимости от контекста реакции на информацию и события эмоции, а также устойчивые аффективные связи в сообществах, лояльность и идентичность. Одни эмоции существуют или возникают до присоединения к группам, другие эмоции формируются или усиливаются в ходе совместных действий, подразделяясь на общие и взаимные эмоции участников акций. Эмоции вплетены в разные фазы развития социальных движений: возникновение, мобилизацию, поддержание и распад.

Всплески общественной активности не столько результат рационального расчета, сколько результат глубокой эмоциональной мобилизации, которая является ключевым механизмом социальных изменений. Причем эмоции не делают, например, протестующих иррациональными, они окрашивают социальные действия, обеспечивают мотивацию и цели. Д. Джаспер полагает, что рациональное мышление неразрывно связано с эмоциональными переживаниями человека. Мобилизация социальных движений имеет как рациональное измерение на основе расчета полезности участия, так и когнитивное и эмоциональное измерения на основе моральных ценностей. Между тем наибольшую готовность к политическим действиям проявляют люди, испытывающие состояние морального шока или череду шоковых состояний. Моральный шок, проявляемый в чувствах гнева, негодования, тревоги, вызывают происходящие события, полученная информация, нанесенное оскорбление [172].

Следует отметить, что концепция эмоциональной мобилизации встретила критику за «структурную слепоту», так как эмоциональная детерминация принижает значимость институтов, ресурсов или политических возможностей. Манипуляция эмоциями часто используется популистами и радикалами, которые «играют на чувствах» справедливости, страха, ненависти и др. Между тем концепция обладает высокой объяснительной способностью применительно к исследованию обмена эмоциями в цифровой среде. Вызывающий эмоциональные реакции контент распространяется как вирус через социальные сети, создавая «цепную мобилизацию» для участия в совместных акциях протеста. В современном обществе социальные медиа действуют как «эмоциональные усилители», провоцируя массовые аффективные всплески цифровой публики. Цифровые коммуникации трансформируют эмоциональную мобилизацию. Так алгоритмы социальных сетей гиперболизируют чувства гнева и возмущения, формируя «культуру возмущения». Вирусный контент, такой как мемы, кодирует сложные эмоции в простые визуальные символы, которые через социальные сети распространяются по широкой аудитории.

Рациональная мобилизация. Последователи концепции рационального выбора, несмотря на критику со стороны последователей социально-психологических и культурных направлений исследований, обосновывали политическую мобилизацию исходя из расчета полезности участия в совместных действиях [209]. Немецкий социолог К.-Д. Опп, рассматривая развитие социальных движения, рациональный выбор определяет как выраженное в целях, мотивах и желаниях отдельных субъектов предпочтение, которое обуславливает их поведение. Действия индивидов ориентированы на цели, но ограничены возможностями их достижения. Рациональный выбор индивиды делают на основании субъективных представлений. Согласно К.-Д. Оппу, «люди делают то, что считают лучшим для себя в данный момент, а не то, что объективно может принести им максимально возможную выгоду» [210]. Концепция не учитывает полноту информации и адекватность восприятия ситуации индивидами.

Согласно концепции, индивиды принимают решение участвовать, когда предполагают извлечь очевидную выгоду. Индивиды выбирают между возможными альтернативами действий исходя из максимизации полезности для себя. К.-Д. Опп полагает, что рациональный индивид сравнивает выгоды и издержки протеста с выгодами и издержками бездействия и выбирает тот вариант действий, который максимизирует ожидаемую полезность. Люди, участвующие в законных или незаконных протестах, часто имеют относительно сильные предпочтения в пользу альтернативного общественного строя. Если переменные, связанные с

общественными благами, взвешены по «эффективности законных протестов», то соответствующие производные коррелируют с законными протестами сильнее, чем с незаконными. В случае с мобилизацией сторонников оппозиции принятие протестных норм выступает детерминантой участия в массовых акциях. Интеграция индивидов в социальные сети со значительным числом друзей и знакомых в группе способствует расширению протестной мобилизации. Поскольку достижение цели зависит от внушительного числа участников, существует сильная взаимосвязь между отдельными решениями. Так резкие сдвиги в чистой выгоде могут спонтанными и стремительными, что влечет за собой каскады присоединения сторонников или неприятия участия в совместных действиях [555].

Люди реагируют на воспринимаемые затраты и выгоды, включая стимулы солидарности и самоуважения, вытекающие из принципиальных действий. Предпочтения релевантных для достижения целей индивида предопределяют его поведение. Достижение цели зависит от возможностей или ограничений индивидов, измеряемых, соответственно, в выгодах и издержках. При этом люди рассчитывают на максимизацию выгод и минимизацию затрат. Субъекты оценивают вероятность успеха возможных действий, делая лучший выбор на основании полезности. Субъективная вероятность поведенческих последствий заключается в степени уверенности, что цели совместных действий будут достигнуты. Воспринимаемая индивидуально эффективность совместных действий должна оказывать положительное влияние на политическое участие [211].

Маркетинговая мобилизация. Некоторые исследователи пытались совместить ключевые положения рационального и социально-психологических направлений, анализируя процесс политической мобилизации граждан для протестных действий. Голландский психолог Берт Кландерманс определяет политическую мобилизацию как процесс превращения «сторонников дела» в участников коллективных действий по его продвижению. Понимание процесса политической мобилизации предполагает рассмотрение динамики спроса и предложения на протестные действия. Спрос на протест создают мотивированные люди, которые образуют мобилизационный потенциал социального движения, включающего характеристики демографического состава, политической ориентации, коллективной идентичности и общих эмоций. Предложения поступают от призывов к совместным действиям организаций, которые обозначают возможную эффективность в достижении целей, «доступную цену», общественное лидерство, привлекательность движения, репертуар действий и политическую идеологию. Мобилизация сторонников производится посредством маркетинговых механизмов продвижения социального движения [177].

Теория социальных движений работает одновременно на двух уровнях, микро- и макроуровне, оба из которых имеют статическое и динамическое измерения. На макроуровне необходимы четыре условия для возникновения и развития социальных движений: а) общественное недовольство и сопутствующая надежда на изменение ситуации; б) убеждения и ценности, фильтрующие, формирующие и трансформирующие недовольство в протестные действия; в) способность действовать коллективно или мобилизовывать сторонников; г) возможность для успешных действий, или политическая возможность [176]. На микроуровне решение об участии в коллективном действии основывается на ценности коллективного блага для бенефициара, умноженное на вероятность его достижения, то есть на субъективную оценку ожидаемой выгоды. К возможным затратам или издержкам протестных действий относят расходы на участие, задержание полицией, вынесение ареста, нанесение травмы, судебные решения, занесение в «черные списки» и т. п.

Мобилизация представляет собой сложный для анализа процесс, учитывающий различные аспекты. Б. Кландерманс предложил разбить процесс на мобилизацию консенсуса и мобилизацию действий. Мобилизация консенсуса относится к распространению взглядов организации движения, тогда как мобилизация действия относится к трансформации тех, кто принял точку зрения движения и стал активным участником. Чем более успешна мобилизация консенсуса, тем больший круг сочувствующих может привлечь движение [520]. Процесс мобилизации действий подразделяется на четыре отдельных этапа: люди должны сочувствовать делу, знать о предстоящем событии, хотеть участвовать и иметь возможность участвовать. На первом этапе с учетом результатов мобилизации консенсуса происходит разделение широкой общественности на тех, кто сочувствует и не сочувствует делу. На втором этапе происходит разделение сочувствующих на тех, кто стал объектом попыток мобилизации, и тех, кто этого не сделал. Третий этап создает социально-психологическое напряжение, разделяет сочувствующих на тех, у кого есть мотивация участвовать в протестных действиях, и на тех, у кого нет мотивации. На четвертом этапе происходит разделение мотивированных людей на тех, кто в итоге участвует, и тех, кто не участвует. Конечным результатом этих различных шагов является обычно небольшая доля широкой общественности, которая участвует в акциях. На каждом этапе выбывает определенная доля людей, но чем лучше соответствие между спросом и предложением среди общественности, тем меньше число выбывших [522].

Помимо идентификации исследователи выделяют инструментальные и идеологические мотивы, а также гнев как параметры мотивационной структуры

участия в коллективных действиях. Люди участвуют в коллективных действиях, потому что хотят продвигать и/или защищать интересы и принципы. Для совместных действий необходима некоторая степень коллективной идентичности сторонников, чтобы участники могли разделять общие интересы или принципы. Угроза интересам усиливает инструментальные мотивы, тогда как нарушенные принципы стимулируют идеологические мотивы, а гнев усиливает и ускоряет нарастание протестной активности. Согласно Б. Кландермансу, чем злее люди, тем больше у них мотивации к действию и тем больше вероятность того, что их мотивация превратится в действие [521]. Таким образом, маркетинговая модель мобилизации органично объединяет рациональные выгоды и эмоциональные мотивы участия граждан в значимых для общества действиях.

На основе мета-анализа тематических исследований М. ван Зомерен создал модель социальной идентичности коллективных действий (*Social Identity Model of Collective Action – SIMCA*). В данной модели социальная идентичность стала основой объяснения мобилизации коллективных действий. Более сильное чувство социальной идентичности должно быть связано с более сильной мотивацией к участию в коллективных действиях (через более строгое соблюдение групповых норм), более сильным восприятием и переживанием несправедливости (посредством группового эмоционального опыта) и более сильным чувством эффективности (посредством группового эмоционального опыта, расширения прав и возможностей). Движения могут помочь трансформировать содержание социальной идентичности в более политизированную идентичность, что должно еще больше повысить мотивацию к коллективным действиям (за счет более сильного внутреннего обязательства действовать).

Модель SIMCA включает социально-психологические предикторы несправедливости, эффективности и идентичности. Результаты дальнейших исследований показали важность социальной идентичности в прогнозировании коллективных действий: а) аффективная несправедливость и политизированная идентичность производят более сильные эффекты, чем неаффективная несправедливость и неполитизированная идентичность; б) идентичность провоцировала коллективные действия против возникающих и структурных проблем, тогда как несправедливость и эффективность приводили к коллективным действиям скорее против возникших проблем, чем против структурных проблем; в) все три предиктора имели уникальные эффекты средней величины на коллективные действия при контроле ковариации между предикторами; г) идентичность соединяла объяснения несправедливости и эффективности коллективных действий [586].

В модели выделяется два уровня процесса организации совместных действий социальных движений. На первом уровне социальная идентичность, общие эмоции и убежденность в групповой эффективности обуславливают участие людей в коллективных действиях. На втором уровне при взаимодействии с другими активистами происходит политизация социальной идентичности участников коллективных действий. Если на первом уровне люди побуждаются к действию благодаря силе социальной идентификации, групповым эмоциям и убеждениям в групповой эффективности, то на втором уровне сила политизированной идентификации должна быть ключевым предиктором. Исходя из двухуровневой модели у людей с политизированной идентичностью могут быть другие мотивы участвовать в коллективных действиях, чем у людей с неполитизированной идентичностью [529].

Высокая значимость групповой идентичности увеличивает тенденции коллективных действий через групповой гнев, тогда как групповая эффективность более точно предсказывает тенденции коллективных действий в условиях более низкой значимости групповой идентичности. Актуальность групповой идентичности облегчает эмоциональное преодоление трудностей и смягчает проблемное преодоление трудностей. Сильная значимость групповой идентичности в состоянии преодолеть возможные проблемы и ограничения групповой эффективности. При мобилизации тех, для кого групповая идентичность менее важна, особенно важна групповая эффективность коллективных действий для мотивации. Однако если повышение субъективных убеждений людей в групповой эффективности является ключом к мобилизации, тогда убеждающие коммуникации должны быть сосредоточены на их более инструментальных и прагматических проблемах. Попытки вызвать групповой гнев среди людей, для которых групповая идентичность менее важна, могут быть не очень плодотворными, если только они не повышают групповую значимость [587].

В заключение параграфа 1.2 можно сделать общий вывод о содержании концепций политической мобилизации. Исследования процесса политической мобилизации имеют ряд концептуальных оснований, заложенных, прежде всего, в теориях социальной модернизации, социальных революций и общественных движений. Ключевым дискуссионным вопросом политической мобилизации стала детерминированность процесса либо ресурсными возможностями организаторов, либо когнитивными установками участников. Ресурсная мобилизация исходит из рациональных действий политических субъектов, реализующих стратегические цели посредством просчитанных тактических действий в условиях отрывающихся возможностей. Когнитивная мобилизация исходит из сложных механизмов

функционирования сознания и психики индивидов, которых объединяет либо групповая идентичность, либо эмоциональные состояния. В целом результатом усилий по интеграции основных достижений в области социальных движений за последние десятилетия стало выделение ключевых факторов процесса политической мобилизации, включая ресурсы, возможности, идеологию, идентичность, фреймы, эмоции и выгоды.

1.3 Концептуальные основы исследования социальных сетей

Возникновение теории социальных сетей восходит к концу XIX века. Английский философ Г. Спенсер ввел в научный оборот понятие «социальная структура», под которой понимались устойчивые связи между составляющими организма общества. Структура социума включает рассмотрение совокупности элементов, их расположения, упорядоченности, функций, связей и зависимостей. Отношения между элементами общества подобны устройству связей между частями живого существа. Органическая структура общества обеспечивает функционирование поддерживающей, распределительной и регулирующих подсистем, которые соотносятся с экономическим производством, разделением труда и государственной властью. Причем изменения в структуре общества сопряжено с изменениями функций выделенных подсистем [108]. В свою очередь основоположники социологии Э. Дюркгейм и Ф. Теннис рассматривали отношения в обществе как структуру связей, образуемых при взаимодействии индивидов.

Французский социолог Э. Дюркгейм характеризует общество как совокупность индивидов и групп, которых объединяют многообразные социальные, экономические, культурные связи, общие традиции, цели и ценности. При взаимодействии людей образуется социальная реальность, в которой существуют социальные факты, принуждающие индивидов к определенным действиям. Социальные факты составляют объективные явления, включающие модусы коллективного сознания (идеи, чувства, легенды, верования, традиции) и морфологические конструкторы, обеспечивающие порядок и связь между индивидами (численность и плотность населения, форма жилища, географическое положение и т. д.). Общество состоит из массы людей, обладающей определенной плотностью и рассредоточенной на ограниченной территории. Так индивиды, рассеянные по обширной территории, имеют слабые общественные связи, вследствие чего живут друг от друга изолированно. Размеры и конфигурация территорий, состав и расположение проживающего на них населения являются важными факторами социальной жизни, характеризуют анатомию общества. Структурное строение и

материальные формы общества, взаимодействующего с внешней средой, составляют социальную морфологию [57].

Немецкий социолог Фердинанд Теннис полагал, что индивидов внутри общностей (*Gemeinschaft*) объединяют личные связи, общие ценности и убеждения, а внутри общества (*Gesellschaft*) безличные формальные и инструментальные связи. В обществе волею людей формируются многообразные отношения и объединения. Каждое отношение характеризуется как «единство во множественности или множественность в единстве». Совокупность проявлений индивидуальной воли образует общую коллективную волю, которая формирует социальную структуру общества. Отношения в группе едины по внутренней и внешней направленности действия названы связью (*Verbindung*). Реальная и органическая связь составляет суть общности, а в идеальном и механическом характере связей заключается суть общества. Ф. Теннис разделяет сущностное единство в общность крови (*Blut*), которое развивается и обособляется в общность места (*Ort*), выражаемое в совместном проживании. В свою очередь общность места развивается и обособляется в общность духа (*Geist*), которое выражается в совместных направленных действиях. Общность места формирует взаимосвязь животной жизни, а общность духа взаимосвязь ментальной жизни индивидов. Личной волей люди органически связаны друг с другом, образуя общности различного вида, объединяемые узами родства, соседства либо дружбы. Связи между людьми формируют социальное тело общества [113].

В начале XX века значительный вклад в становление теории социальных сетей внес немецкий философ Георг Зиммель. Жизнь общества рассматривается им через социальное взаимодействие. При множестве взаимодействий индивидов и социальных групп создается ткань общества. Состоящее из многих общественное единство достигается посредством взаимного определения индивидов, которые находят место в структуре всеобщности. Каузальная связь, вплетающая социальные элементы в бытие и деятельность индивидов, формирующая внешнюю сетку общества, превращается в телеологическую связь личностей [328]. В образе внешнего мира существуют связанные и разъединенные объекты. Активность человека заключается в действиях, направленных на установление взаимосвязи или разъединения. В символическом, физическом и духовных смыслах в каждый момент времени человек «разделяет соединенное и соединяет разделенное».

При рассмотрении социального взаимодействия Г. Зиммель использовал аллегории дорог, мостов, дверей, стен и окон. Дорога обозначает волю к соединению, воплощает движение и его завершение. Мост символизирует экспансию воли человека преодолеть разделенное преградой пространство. Дверь

связывает пространство человека «внутри» и внешний мир «снаружи». Стены устанавливают границы внутреннего личного и внешнего социального мира человека. Окно позволяет смотреть из внутреннего пространства дома во внешний мир в определенном направлении [329]. В социальном пространстве в отношениях между людьми формируется «единство близости и удаленности», «дистанция в отношениях означает, что близкое – далеко, тогда как чуждость означает, что дальнее – близко». Так своеобразное органическое единство группы формируется в специфическом отношении к чужакам, во взаимном напряжении между ними [59].

В свою очередь П. Сорокин рассматривал структуру общества как множество социальных групп, объединенных общими ценностями. Общество состоит из множества разрозненных элементарных групп, которые образуются при взаимодействии индивидов посредством психологических импульсов. При этом взаимодействие между индивидами обусловлено географическими, возрастными и психологическими факторами социализации. На определенной территории не существует единого общества, существуют только совокупности сообществ и кумулятивные группы, выделяемые по ряду социальных признаков [105]. Т. Парсонс понимал социальную структуру как «совокупность относительно устойчивых стандартизированных отношений между элементами», сложившихся при институционализации статусов, ролей и норм взаимодействия. Социальная структура образуется из взаимоотношений акторов, действия которых обусловлены их мотивами и ожиданиями. Совместные действия индивидов в социальной системе регулируют сформированные сети общественных отношений, устанавливающие рамки социальных видов деятельности [94].

Становление теории социальных сетей произошло в 30-е годы XX века благодаря исследованиям американского психолога Якоба Морено, который производил учет и анализ социальных взаимодействий в малых группах, измеряя межличностные отношения для определения формальной структуры отношений. Исходя из теории символического интеракционизма, Я. Морено исследовал взаимосвязи между индивидами с помощью социометрии. Он наглядно выявлял структуры в виде математических графов, в которых множество ребер обозначает связи между элементами вершин. Методика построения графов строилась на основании опросов, которые позволяли выявить отношения между людьми и определить социальную обусловленность их поведения, а также взаимосвязь структуры группы с психологическим состоянием [200].

Я. Морено вводит ключевые понятия «теле», «социальный атом» и «психосоциальная сеть». Согласно его гипотезе, образуемые индивидами социальные структуры образуют определенную форму организации. Фактор «теле»

побуждает к созданию неслучайных отношений позитивного или негативного характера различной конфигурации структуры и сплоченности [547]. В отношениях между индивидами действуют силы как притяжения, так и отталкивания, которые соотносятся с испытываемыми чувствами симпатии, злости и страха. Между индивидами происходит множество вариаций притяжений и отталкиваний посредством потока эмоций. Действия индивидов на дистанции, устанавливающие эмоциональное единство, обозначается понятием «теле», которое содержит исходящий и возвращающийся компоненты. В обществе индивидами формируются устойчивые структуры, «объединяющие социальные атомы в больших сетях» [200].

Социометрия показывает групповые фрагменты социальной реальности, конкретную психодраму отношений, нити психосоциальных сетей, протянутые к различным сферам жизни, культурам и людям. Соединяющие нити связей помогают выявить реальные отношения между индивидами. Социометрия рассматривает групповую динамику социальных атомов в определенных психосоциальных сетях. Социограммой является целостная схема социальной структуры, в которой отражено расположение и связи индивидов. Социограммы показывают изменения социальных конфигураций во времени и пространстве, отображают текущую и динамическую картину группы. Методом исследования служит графическая техника изображения социальных структур.

Процесс формирования социальных групп основан на обозначаемых «теле» эмоциональных потоках действий притяжения и отталкивания между индивидами, которые создают социальные атомы, составляющие сети. Эмоциональное отношение фиксирует привязанности к индивиду или объекту. Устойчивые социальные атомы и сети формируют экстраиндивидуальные структуры, в которые стекаются эмоциональные потоки. Эмоциональный поток (теле) понимается как интерперсональная *«социометрическая структура»*. Теле может существовать между любыми индивидами, но оказывается действенным при непосредственной встрече или обмене чувствами, или идеями опосредованно на расстоянии, порождая эффекты дистанции при прохождении информации через «длинную цепь индивидов со звеньями совершенно разной чувствительности».

Социальным атомом именуется наименьшая социальная структура, состоящая из ядра отношений индивида и имеющая определенное положение в структуре общества. В зависимости от масштаба и насыщенности отношений можно измерить размер и плотность ядра. Социальный атом имеет основополагающее значение для исследования развития структуры сообществ и общества в целом. Связи между социальными атомами формируют сложнообразованные цепи отношений, которые названы психологическими сетями. В динамической социометрии ключевые

функции сетей состоят в формировании социальных традиций и общественного мнения. В свою очередь социальные атомы образуют психологические сети, которые посредством отношений теле связывают или разделяют индивидов в больших социальных группах. Тогда как сообщества формируют крупные конфигурации психологических совокупностей всего общества.

Согласно Я. Морено, социометрическая процедура исследования предусматривает: 1) выделение в определенное время наиболее значимых критериев; 2) создание атмосферы эмпатии при проведении индивидуального интервью для построения социального атома, в котором обозначаются дистанции между эмоционально близкими и отдаленно знакомыми людьми; 3) проведение по принципу случайного выбора дифференциации, сравнения социограмм по различным критериям; 4) отслеживание выраженных связей на основании позиций индивидов в социограммах и социальных атомах с использованием наглядного метода психодрамы или социодрамы ситуации (сцены), позволяющих выявить групповые роли и проблемы; 5) проведение анализа, консервация и тестирование результатов, позволяющих реструктуризировать группы (групп) и сети отношений [81]. Социометрия обозначается Я. Морено как синтетическая процедура, применимая в социологии, психологии, экономике или политике.

Метод социометрии (социального измерения) позволяет оценить неформальные межличностные отношения. Инструментом измерения служит индивидуальный опрос, затрагивающий эмоциональную сферу отношений в группе. Социометрическая процедура состоит в определении предпочтений в определенной группе. Каждый должен в порядке предпочтения обозначить ограниченное число участников группы, с которыми желали бы участвовать в определенной деятельности (работа, учеба, отдых, дружба и др.) Чем важнее для человека та или иная деятельность, тем ближе и дольше общение, которое оно обеспечивает, тем сильнее рассматривается критерий отбора. Социограмма представляет результаты в наглядном графическом виде, что предоставляет возможность визуально представить дифференциацию индивидов в социальной группе в соответствии с их реальными статусами популярности. С помощью специальных знаков и стрелок обозначается тип выбора (положительный, отрицательный, односторонний, двусторонний). Социограмма показывает наиболее влиятельных членов группы, взаимные пары и группировки взаимосвязанных людей.

Между тем понятие социальные сети как инструмент анализа структуры общества, а не образную метафору в научный оборот ввел антрополог Джеймс Барнс. В середине прошлого века он предметно исследовал устройство социума на отдельном норвежском острове, рассматривая этнические, родовые, семейные и

гендерные связи местных жителей. Взаимоотношения между людьми порождают связи, формируя социальные сети. Дж. Барнс сформулировал основополагающее для теории определение социальных сетей как соединенные линиями связи между обозначаемыми точками множествами людей [456]. Примерно в то же время сетевой анализ в социальных исследованиях впервые применила американский антрополог Элизабет Ботт, которая изучала семейные отношения в условиях городской среды. Она различала социальную группу и социальную сеть. Социальная группа представляет собой строго структурированное сообщество, определяемое исходя из отношений в круге близких, друзей и знакомых. Малое количество взаимосвязей между узлами формирует рыхлую «разряженную сеть», а большое количество образует плотную «связанную сеть» [469]. В целом социальная сеть обеспечивает связь членов семьи с общественной средой.

Американский психолог Александр Бавелас, создавший лабораторию сетевых групп в Массачусетском институте технологий, исследовал, как структура формальных и неформальных связей влияет на производительность труда и моральное состояние в группе. Его эксперименты по определению структуры коммуникации в зависимости от поставленных целей и сплоченности в малых группах выявили круговое, линейное, звездообразное и поликанальное модели взаимодействия. В результате наиболее продуктивные решения принимались в группах с кольцевой и многоканальной моделями взаимодействия, что выявило преимущество горизонтальных связей в сетевых структурах. При этом проведенные эксперименты выявили, что в процессе совместной деятельности централизованная сеть коммуникаций в группе эффективна при принятии рутинных решений, а децентрализованная сеть эффективна для сложных решений [457].

Последователь А. Бавеласа американский социолог Джордж Хоманс стал одним из авторов концепции социального обмена, которая существенно повлияла на содержание теории сетей. Социальный обмен происходит в виде элементарных актов передачи индивидами при взаимодействии материальных или символических благ, обуславливающих изменение отношений и поведения в социальной группе. Члены группы следуют принципу «дистрибутивной справедливости», просчитывая издержки и выгоды своего участия в совместных действиях [167]. Согласно его заключениям, взаимодействие в социальных группах обусловлено формальной внешней системой и чувственной внутренней системой. Внешняя система принуждает участников группы действовать вовне, а внутренняя система поощряет отношения участников группы [166].

Отправной точкой развития теории сетевых коммуникаций послужили исследования П. Лазарсфельда и его последователей потоков политической

информации. Основное внимание в этих исследованиях было уделено вопросу, откуда люди узнают о событиях дня. Ключевая роль в формировании общественного мнения отводится популярным лидерам, которые полученные в СМИ сведения распространяют в своем окружении [185]. Лидеры мнений при межличностном общении передают общественности свои интерпретации происходящих событий. Двухступенчатая модель информационного потока предполагает, что межличностное общение имеет решающее значение для понимания воздействия массовых коммуникаций [174]. При этом политические предпочтения граждан обусловлены их социальными, имущественными, профессиональными, религиозными и иными статусами, а позиция лидеров мнений лишь усиливает либо ослабляет сформированные установки.

Между тем наиболее известной сетевой концепцией стала «теория шести рукопожатий» (или «теория шести рубежей отдаления»), впервые сформированная в 1967 году американским психологом Стэнли Милгрэмом. На основе серии экспериментов исследователи пытались выявить среднюю длину пути для социальных сетей, предположив, что общество представляет собой малый мир, а каждый человек опосредованно знаком с любым другим жителем планеты через цепочку общих знакомых, в среднем состоящую из пяти человек (шести уровней связей). Несколько дальних связей между узлами, которые в противном случае имели только локальные связи, могли радикально уменьшить расстояние между узлами даже в очень больших сетях [588].

Ключевой концепцией в теории сетей стало положение о «*силе слабых связей*» американского социолога Марка Грановеттера, которое оказалось в числе наиболее цитируемых в научной литературе по сетевым коммуникациям. Основное положение концепции заключается в том, что люди с большей вероятностью узнают о рабочих местах из слабых связей, чем из сильных, потому что прочные связи человека, скорее всего, будут знать друг друга и вряд ли предоставят новую информацию. Определение силы включает в себя четыре измерения: количества времени, эмоциональной интенсивности, взаимного доверия и взаимных услуг. Это определение признает две важные особенности социальной связи: частота контакта и взаимность внимания. Другим важным элементом является предположение о том, что некоторые связи, называемые *мостами*, играют особую роль в распространении информации, и это, в свою очередь, отражается в их положении по отношению к общей структуре сети [510]. Таким образом, посредством прочных связей люди осуществляют подавляющее большинство взаимодействий, а посредством слабых связей чаще всего получают актуальную и важную информацию.

Современная теория социальных сетей получила развитие в концепциях социального обмена, социального капитала и информационного общества. Так американский социолог Питер Блау на основании концепции *социального обмена* рассматривал происходящие в обществе макросоциальные процессы интеграции и дифференциации, анализируя сложные структуры межличностного взаимодействия. Социальные сети образуются посредством возникающих при обмене связей между индивидами, которые поддерживаются взаимными символическими вознаграждениями. При этом прочность сетевых связей в группе или ассоциации зависит от принимаемых ценностей или норм. Также П. Блау пытался раскрыть механизмы влияния эмерджентных сил на развитие социальных структур [135]. Исходя из теории обмена британский психолог Джон Тернер также обозначал материальные, символические и эмоциональные типы потоков в социальных сетях [112]. Материальные потоки составляют передаваемые вещи, продукты и деньги. Символические потоки формируют транслируемые идеи, знаки и образы. Эмоциональные потоки создают выражаемые чувства, оценки и мнения.

В свою очередь американский политолог Р. Патнэм полагал, что возникающие при стремлении индивидов к общей цели связи формируют сети, которые наряду с нормами и доверием составляют *социальный капитал*, обеспечивающий эффективность взаимодействия. Социальный капитал определяется как совокупность основанных на взаимных нормах связей в сетевых структурах. При этом социальный капитал имеет структурное измерение формальных и неформальных социальных сетей, а также культурное измерение социальных норм взаимности и доверия. Гражданское общество строится на основе горизонтальных сетей, в которых связи между людьми скреплены общими нормами и ценностями. Величина социального капитала обуславливает интенсивность политического участия, выражаемого в отношении к институтам власти. Политическое участие соотносится с гражданской активностью, которая обозначает связи людей не только с политическими, но и социальными сообществами [563].

В концепциях информационного общества в центре внимания находятся сети коммуникации, которые связывают точки географического пространства и ускоряют время обмена сообщениями при взаимодействии, оказывая значительное влияние на формы социальной организации [117]. Как полагал американский социолог Дэниел Белл, иерархическая структура социума преобразуется в сетевую организацию [87]. Испанский социолог Мануэль Кастельс отмечал, что информационная эпоха формирует сетевое общество. Социальные сети, связывающие между собой как индивидов, так институты и государства, усиливают глобальную интеграцию. Подключение к сети открывает возможности участвовать

в жизни общества. Происходящая реорганизация институционального порядка приводит к тому, что сети становятся социальными институтами [333].

Современные американские социологи Николас Кристакис и Джейс Фаулер определяют социальную сеть как организованное множество людей, объединенное между собой связями. Организация естественных сетей складывается благодаря склонности человека к социальному взаимодействию. Форма или топология сети может быть представлена как структура связей. Люди в ходе взаимодействия между собой создают и изменяют структуру социальных сетей. При этом люди предпочитают общение с подобными себе по интересам, ценностям, возрасту, статусу, из-за чего возникает эффект однородности или гомофилии (любовь к подобным) социальных сетей. Люди не только выбирают состав, но и занимают свое положение в структуре социальных сетей путем измерения количества отношений и интенсивности взаимодействия, которые определяют место в системе координат центр-периферия.

Причем социальные сети обладают свойствами эмерджентных объектов, которые формируются как целое при взаимодействии частей. Социальная сеть и положение в ее структуре оказывает влияние на поведение участников. При взаимодействии в сети люди влияют друг на друга, принимая определенные ценности и нормы поведения. В социальных сетях взаимное влияние происходит опосредованно через людей напрямую не связанных. Социальные сети обладают свойствами и функциями, которые участники не контролируют и не осознают. Социально-сетевая группа обозначается как сообщество внутри сети, которое отличается более сильными связями между участниками. Ключевой характеристикой группы являются не столько общие черты элементов, сколько структура связей [68].

Как полагают М. Макферсон, Л. Смит-Ловин, Дж. Кук, гомофилия сетевых сообществ исходит из принципа «сходство порождает связь». Принцип однородности структурирует сетевые связи различного типа отношений, включая обмен, сотрудничество, участие и т. д. В результате формируются социальные сети по локальным, демографическим, этническим, религиозным, образовательным, имущественным, поведенческим, личностным и иным характеристикам. Гомофилия ограничивает социальные миры индивидов при взаимодействиях, что сказывается на получаемой информации и формируемых отношениях [545]. В целом склонность к однородности сетевых сообществ приводит к их относительной замкнутости, структурированию иерархии, складыванию системы ценностей, формированию групповой идентичности и образованию информационных капсул.

Американский социолог Харрисон Уайт привнес культурные элементы в теорию социальных сетей, рассматривая формирование идентичности как процесс интеракций между индивидами. Общество представляет собой социальную сеть, в которой между индивидами складывается система паттернов поведения. В социальной сети идентичность образует узлы, которые связывают механизмы контроля, служащие «социальной опорой» при организации взаимоотношений. Идентичность как узел сети возникает на пересечении связей между индивидами. Х. Уайт сопрягает социальные и символические основания идентичности в конструкте *сетевого домена*, который включает как структуру и контроль, так и истории и смыслы. Сетевой домен образует символическое пространство, в котором идентичности формируются для преодоления неопределенности посредством социального контроля [240]. Социальные сети характеризует двойственность структуры и культуры. Культурные структуры конструируют смысловой контекст при взаимодействии индивидов, которые образуют коммуникативные сети либо встраиваются в семантические сети.

В рамках сетевого подхода французский антрополог Бруно Латур обосновывал *акторно-ресурсную концепцию*. Актор побуждает к действию множество других акторов. Актор-сеть определяется не как источник действия, а как роящаяся совокупность сущностей, движимая к цели. Понятие «сеть» означает связанные действия участников, которые играют роль посредников. При этом «сеть» представляет собой не фигуру из взаимосвязанных точек, а индикатор способности каждого актора вызывать действия других. Текст позволяет определить сети акторов, предоставляя автору возможность обозначить множество отношений. Понятие «сеть» лишь фиксирует в тексте объем энергии, направление и масштаб движения акторов как посредников.

Б. Латур выделяет следующие важные характеристики актор-сети: а) эмпирическое установление физической связи между точками; б) связи оставляют пустым все, что не связано; в) установление связи требует приложения усилий, г) определение следа движения актора. Актор-сеть находится в динамическом состоянии, поэтому необходимо отслеживать передвижения. Акторы действуют как сети опосредствования. «Паутина втекающих и вытекающих посредников» состоит из многочисленных связей подсоединяемых акторов [71]. В своей акторно-сетевой концепции Б. Латур использует постструктуралистскую семиотику как теоретическое основание исследования взаимосвязи материальных объектов, распространяя на них понятие «сеть отношений» [290].

В рамках темы политической мобилизации в социальных сетях исследователи обозначают ряд аспектов. Так Ф. Пасси выделяет три функции социальных сетей в

процессе мобилизации коллективных действий: структурных связей, социализации участников и формирования решений. Первая функция касается каналов связи активистов и сторонников. Вторая функция обозначает роль социальных сетей в формировании коллективной идентичности. Третья функция ориентирована на формирование мотивов участия. Слабые и сильные связи, организационные сети, межличностное общение, средства массовой информации используются в политических кампаниях для мобилизации участников в коллективные действия [150].

Индивиды, не связанные со структурами организаторов, могут быть мобилизованы через межличностные сети, СМИ, социальные сети. Мобилизация участников движения в сетевом пространстве происходит методом «снежного кома». Первыми к инициаторам обращаются члены организации. Затем следуют сторонники, связанные с членами организации семейными узами, дружескими отношениями, общением по месту работы или учебы. Со сторонниками, которые не связаны ни одной из этих сильных или слабых межличностных связей, коммуникация происходит через безличные СМИ (радио, телевидение и газеты). Мобилизации сторонников занимает больше времени при значительной социальной дистанции между организаторами и потенциальными участниками коллективных действий. Изначально неаффилированные участники решают участвовать в совместных в более позднем этапе процессе мобилизации [466].

Российские исследователи выделяют различные типы функционирования сетей, рассматривая общественные, политические, биологические и технологические стороны и их сочетание [415]. Так Г.В. Градосельская определяет социальную сеть через отношения между акторами. Сложившиеся отношения характеризуют контекстная структура связей, а свойства акторов – статические и динамические атрибуты. Связи между акторами характеризует интенсивность, длительность, наполненность и направленность взаимодействия. В целом сетевой подход позволяет анализировать социальные процессы, происходящие на микро- и макроуровнях [49]. Сетевой анализ потоков обмена трансфертами между акторами, выявляя стратификацию и обозначая узловые вершины структуры сообщества [307].

Как полагают Л.В. Сморгун и А.С. Шерстобитов, политические сети создают структуру публичного управления, связывающую на основе общих интересов государство, бизнес и гражданское общество. Политическая сеть образуется заинтересованными акторами в процессе обмена ресурсами для выработки консенсуса. Причем ресурсная взаимозависимость выступает ключевой характеристикой взаимодействия в политических сетях. Основой формирования связей отношений в политических сетях являются взаимные интересы. В целом

политическая сеть определена как «система государственных и негосударственных образований в определенной сфере политики, которые взаимодействуют на основе ресурсной зависимости с целью достижения общего согласия по интересующему всех политическому вопросу, используя формальные и неформальные нормы» [102].

Исследователи отмечают расхождение в понимании термина «социальные сети». Широкое понятие политические сети (political networks) замещает понятие сети политики (policy networks), которое больше соответствует общественному управлению и публичной политике. Сети политики трактуются как форматы в большей степени горизонтального взаимодействия в процессе публичного управления институтов власти, гражданского общества и бизнеса. При этом публичная политика обозначается частью более широкого понятия «публичное управление», которое может быть реализовано без участия власти, а сотрудничество в виде кооперации и обмена ресурсами может быть отчасти вертикально структурированным.

Проведенный анализ научных статей выявил следующие группы аспектов тематических исследований: 1) рассмотрение отдельных сетей и конкретных политиках; 2) разработка новых методик получения эмпирических результатов; 3) доработка теории политических сетей. По мнению исследователей, мета-анализ тематического пула научных публикаций выявил проблемное состояние сетевой теории, обусловленное кризисом позитивизма. Авторы статей избегают объяснений последствий политики, ограничиваясь сетевым анализом структуры и связей. Частные выводы в большинстве исследований носят описательный характер, лишены концептуализации и не соответствуют объяснительному уровню анализа. В методологии российских исследований политических сетей отмечается преобладание теоретических построений над эмпирическими методами, что приводит к получению посредственных результатов [443].

В заключение параграфа 1.3 можно сделать общий вывод о содержании сетевой парадигмы. Теория социальных сетей выросла из концепций, раскрывающих структурную организацию общества. На раннем этапе происходит теоретическое постижение организации социального устройства. В концепциях общество рассматривалось как органическая структура, в которой каждый из элементов выполняет определенную функцию, а также как совокупность индивидов, обрастающих различными связями и усваивающих социальные факты в процесс взаимодействия. Множественные личные связи, ценности и убеждения создают общности, а формальные и инструментальные связи формируют общество. Структура общества складывается из множества социальных групп, дифференцируемых по имущественному состоянию и различаемых по

объединяющим ценностям. Социальные структуры организуются при взаимодействии мотивированных акторов, формирующих сети отношений.

На следующем экспериментальном этапе происходит внедрение методов сетевого анализа в прикладные исследования. Применение социометрии открыло возможности для сетевого анализа малых групп на основании методов опроса и наблюдения, выявляющих отношения и взаимодействия. Сетевой анализ позволил устанавливать в локальных сообществах структуру и плотность связей, выявляющих характер взаимоотношений. Определенная конфигурация социальных сетей обуславливает результативность различных видов совместной деятельности. Экспериментальные доказательства сетевой связанности мира и «силы слабых связей» вывели сетевой анализ на макроуровень исследований. Объяснительной рамкой мотивов и стратегий поведения в социальных сетях стала теория обмена, ориентированная на определение издержек и выгод.

На современном этапе предметом исследований стали материальные, символические и эмоциональные потоки, возникающие в процессе интеракций обменов в социальных сетях. Культурный поворот в политических науках проявился в стремлении выявить помимо паттернов поведения смыслы и стратегии действий сетевых акторов. Теория сетей получила развитие в концепции социального капитала, возрастающего на ценности доверия в обществе и принятых нормах поведения, а также концепции информационного общества, перенастраивающего иерархические структуры социального порядка. Переход информационной эпохи из аналоговой в цифровую стадию открыл широкие технические возможности для исследования политических процессов, институтов и технологий, выявляя динамику изменений, структуру сообществ и способы мобилизации в современных обществах.

Выводы по главе 1

1) Концептуальное развитие теорий социального поведения и коллективных действий привело к признанию внутренних и внешних факторов. Категории социального поведения и коллективных действий нашли отражение как в психологических, так и в социологических концепциях, которые органично вписываются в синкретическую теорию политических наук, изучающих с разных сторон властные отношения в обществе. Современные концепции социального поведения исходят как из формирования личных представлений и норм поведения в процессе взаимодействия и убеждения в общественной среде, так и эмоциональных проявлений внутренних мотивов индивидов в совершении бессознательных совместных действий. Так концепции социального поведения пытаются преодолеть

ключевую дилемму детерминированности совместных действий между общественным влиянием и личными предрасположенностями.

Современные концепции коллективных действий оказались более разнообразными, что обусловлено совмещением либо смешением конструктивистского, когнитивного и неинституционального подходов в теоретических построениях и методологиях исследований. Так совместные действия интерактивно конструируются посредством формирования идентичности, согласования норм и изменения отношений в сообществах. Концепции коллективных действий также пытаются преодолеть дилеммы между «расчетливым дельцом», подсчитывающим издержки и выгоды участия, и «эмоциональным праведником», возмущенным угнетением и несправедливостью существующего социального порядка. Дилемма между индивидуализмом и коллективизмом в организации совместных действий преодолевается в формировании общества доверия, построенного на взаимных интересах и социальных нормах для плодотворного сотрудничества. Очевидно, что последующее концептуальное развитие теорий социального поведения и коллективных действий возможно при построении многофакторных моделей макро- и микроуровней политического участия.

2) В современных исследованиях содержание процесса политической мобилизации раскрывается в теориях модернизации общества, социальных революций и общественных движений. В теории модернизации политическая мобилизация обусловлена изменениями системы личных ценностей и паттернов социального поведения при трансформации традиционных обществ в современные. Модернизация общества открыла возможности организации политических партий и общественных движений, функционирующие как машины мобилизации сторонников, а также расширила возможности для политического участия граждан, предполагающего свободу мнений и собраний, народное представительство и голосование на выборах. В современном обществе устойчивость политического порядка обуславливается легитимностью государственных институтов и мобилизованностью социальных групп. Постиндустриальное развитие приводит к массовой смене материальных потребностей выживания на постматериальные ценности самовыражения, что сказывается на способах политической мобилизации сторонников и мотивации политического участия граждан.

В теории революций процесс политической мобилизации вызван сдвигами в структуре общества, которые обостряют общественные противоречия, создают социальную напряженность и формируют массовые настроения недовольства. Политическая мобилизация выступает одним из необходимых элементов революции

наряду с интересами социальных групп, организационной структурой, окном возможностей и масштабными действиями. Устойчивость политической системе придает способность действующей власти мобилизовывать сторонников для участия в массовых акциях. Революционный процесс развивается в кризисных условиях нарастания социального недовольства и дезориентации общества как накопление потенциала протестной мобилизации, которая используется идейными лидерами и группами интересов, формирующих массовые движения на основе политической идеологии и организационной структуры для взятия власти.

В теории общественных движений политическая мобилизация раскрывается в концепциях, продиктованных различными факторами. Под влиянием теории рационального выбора процесс политической мобилизации стал рассматривать не как стихийное движение масс, а как просчитанные действия участников, извлекающих прямую или косвенную материальную выгоду. Концепция ресурсной мобилизации исходит из соображений максимизации полезности и минимизации усилий участников общественных движений, которые формируются на основе организационной структуры активистов. Обладание ресурсными возможностями групп интересов, которые рассматривают вложения как политические инвестиции, позволяет наладить индустрию общественных движений. Политическая мобилизация возможна при наличии моральных, культурных, организационных, человеческих и материальных ресурсов, которые преумножаются посредством агрегирования, самовоспроизводства, кооптации и патронажа. Конфликтная мобилизация основывается на обострении социальных противоречий либо отношений между группами интересов, которые способствуют сплочиванию сторонников и аккумуляции ресурсов противоборствующих политических акторов.

Политический процесс создает условия для мобилизации, которые состоят в организационной готовности сообщества, распространенности повстанческого сознания, структуре изменчивых возможностей и уровне социального контроля. В свою очередь политические возможности дают шансы организованной оппозиции в кризисной ситуации для результативного приведения мобилизации сторонников, когда власть слаба либо уязвима. Коллективная идентичность способствует политической мобилизации посредством формирования когнитивных, моральных и эмоциональных связей между участниками сообщества, которые обуславливают активацию совместных действий при ущемлении интересов представителей. Фреймы коллективных действий как «схемы интерпретации» информации в сознании человека способны мобилизовывать и демобилизовать массы посредством воспринятых идей и смыслов. Эмоциональные состояния индивидов могут быть

направлены на политическую мобилизацию сторонников, задействуя в сообществах когнитивные чувства приверженности, лояльности и эффективности. Между тем рациональная мобилизация возвращает к расчету выгод и издержек участия в политических акциях протеста, а также вероятности достижения цели совместных действий. Маркетинговая мобилизация учитывает динамику спроса и предложений политического участия, которые зависят от уровня общественного недовольства, распространенности убеждений и ценностей, способности рекрутинга сторонников и возможности успешных действий. Анализ исследований выявляет несправедливость, эффективность и идентичности в качестве ключевых предикторов протестной мобилизации.

3) Современная теория социальных сетей строится на концептуальных положениях структурной организации общества, анализе взаимосвязей в малых группах посредством социометрии, исследовании взаимоотношений в локальных сообществах, экспериментальных заключениях об опосредованной связанности мира и «силе слабых связей», выявлении механизмов обмена и накоплении социального капитала. Изначально структурирование общественно-политических отношений рассматривалось в аспекте взаимосвязи составных элементов. Социометрия выявила разнообразие структурной организации взаимосвязей в малых группах, формируемых при взаимодействии участников. Исследования взаимоотношений в локальных сообществах выявили связи, образующие социальные сети. Структура взаимосвязей в социальных сетях сказывается на продуктивности различных видов деятельности. Взаимосвязи в социальных сетях устанавливаются в процессе обмена участниками как материальными, так и символическими благами, исходя из соображений возможных выгод и издержек взаимодействия. Экспериментальные исследования выявили возможности выхода за рамки сетей малых сообществ через цепочки внешних связей, объединяющих большие общества. Экспериментальные доказательства установили «силу слабых связей» в социальных сетях при распространении информации и преодолении относительной замкнутости локальных сообществ. Между тем, социальные связи, возникающие при обмене между индивидами, поддерживаются взаимными символическими интеракциями. Прочность социальных сетей зависит от объединяющих ценностей и норм. Интенсивность и масштабность взаимодействия участников сетевых сообществ способствуют накоплению социального капитала. Дальнейшее развитие теории социальных сетей предполагает выявление особенностей их формирования одновременно в физическом и цифровом пространствах.

Глава 2

Модель исследования политической мобилизации в социальных сетях цифровых коммуникаций

В данной главе рассмотрены теоретические аспекты политической мобилизации в цифровом пространстве сетевых коммуникаций. В первом параграфе обозначены ключевые концепции политической мобилизации в формируемом онлайн-пространстве, выделяющие особенности взаимодействия пользователей цифровых коммуникаций внутри образуемых сообществ. Во втором параграфе сопоставлены результаты мета-анализа зарубежных и российских исследований влияния социальных медиа на возможности политической мобилизации. В третьем параграфе изложена оригинальная программа исследования политической мобилизации в социальных сетях цифровых коммуникаций, построенная на основе триангуляции подходов и методов.

2.1 Политическая мобилизация в онлайн-пространстве

По мере расширения интернет-пространства за счет вовлечения в него все большего числа пользователей влияние цифровых коммуникаций на общественные процессы значительно возрастало. В результате распространения медиатехнологий стало происходить, как представлял канадский социолог Маршалл Маклюэн, преобразование необъятного мира в «глобальную деревню», в которой пространство для обмена информацией раскрылось, а время для связи людей на расстоянии сократилось. Так расширилось пространство человека и сузилось физическое пространство для социального взаимодействия [79]. Исследователи пытались поставить свой диагноз обществу, осмысливая процесс цифровой трансформации. Происходящие под влиянием цифровых коммуникаций изменения в общественных отношениях вызвали неоднозначные трактовки исследователей, выделяющие различные порой противоположные эффекты.

В конце прошлого века Р. Патнэм отмечал кризисные тенденции в западных обществах под влиянием, прежде всего, урбанизации и медиатизации, в которых виделись причины тенденции нарастания гражданской разобщенности. Данные факторы привели к размыванию социального капитала, понимаемого как связи между индивидами в социальных сетях в соответствии с нормами взаимности и надежности. Отношения в социальных сетях строятся на выработанных правилах поведения и принимаемых обязательствах. Физическая фрагментация повседневной

жизни людей в западных обществах сдерживала участие в различных сообществах. Слияние медиакомпаний и индустрии развлечений привело к отвлечению людей от общественных проблем, что проявилось в снижении внимания зрителей к телевизионным новостям. В свою очередь цифровые технологии коммуникации позволяют индивидам развлекаться в уединении или в одиночестве. Общество стало составлять множество изолированных друг от друга индивидов, неспособных к совместным действиям и, следовательно, накоплению социального капитала. В сообществах, не обладающих развитыми гражданскими связями, устанавливается слабый информационный обмен, который не позволяет мобилизовать общественность для достижения целей и открывающихся возможностей. Тогда как объединение социального капитала приводит к укреплению взаимных отношений и мобилизации солидарности в обществе [217].

С начала нового века теоретики информационного общества отмечают изменение прежних форм политической мобилизации, обусловленных классовыми отношениями. Ф. Уэбстер полагает, что социальные движения лучше, чем классовые структуры адаптировались к условиям формирования современного сетевого общества и преобразования политических идентичностей. В наступившую информационную эпоху лидеры социальных движений освоили технологии продвижения в масс-медиа и эффективные способы политической мобилизации [117]. Исследователи, относящиеся к кибероптимистам, с ростом доступности интернет-коммуникаций предвосхищали открытие новых возможностей, моделей и репертуара гражданского участия в процессе демократизации на основании самовыражения личности, самоорганизации сообществ и освобождения народов [388]. Современные исследования политической мобилизации рассматривают, прежде всего, такие аспекты, как значение цифровых коммуникаций и влияние социальных сетей, включающих Интернет и социальные медиа, оценка воздействия убеждающей информации.

В научный оборот стали входить концепции, по-разному рассматривающие три ключевые вопроса исследования: 1) Кто мобилизует? 2) Зачем мобилизует? 3) Как мобилизует? Первый вопрос обозначает поиск субъекта политической мобилизации. Второй вопрос определяет понимание цели политической мобилизации. Третий вопрос выявляет применение способов либо технологий политической мобилизации. Далее в хронологическом порядке рассматриваются концепции, в той или иной степени дающие ответы на поставленные вопросы политической мобилизации в цифровой среде коммуникаций. Отбор концепций был произведен на основании встречаемости их в релевантных теме исследования научных публикациях российских и зарубежных авторов. Избранный перечень

рассматриваемых концепций в таблице 2 не является исчерпывающим, представляя наиболее значимые и определяющие положения в научном дискурсе политической мобилизации.

Таблица 2 – Карта основополагающих концепций политической мобилизации онлайн

Название	Автор	Год	Субъект	Цель	Способ
1	2	3	4	5	6
Интернет-пространство коллективных действий	Бимбер Б.	1998	Группы граждан	Общественные интересы	Неформальная сетевая организация
«Эхо-камеры»	Санстейн К.	2001	Создатели Интернет-платформ	Расширение и закрепление аудитории пользователей	Фильтрация контента
«Умная толпа»	Рейнгольд Г.	2002	Ситуативное сетевое сообщество	Освобождение от тирании, выражение протеста, развлечение	Захват пространства улиц посредством мобильной связи
Гибридное информационное пространство	Чедвик Э.	2005	Гибридные мобилизационные движения, сетевые сообщества	Достижение пост-материалистских ценностей	Смешанные репертуары действий
Информационное подталкивание	Талер Р., Санстейн К.	2008	«Архитекторы выбора» (цифровые платформы, коммерческие организации, правительства)	Достижение общественного благополучия	Информирование, социальное давление, прайминг
Онлайн-активизм	Эрл Д., Кимпорт К.	2011	Активные граждане	Выражение протеста, выдвижение общественных требований к власти	Онлайн-мобилизация граждан, организации виртуальных движений
Власть коммуникаций	Кастельс М.	2011	Программисты и коммутаторы социальных сетей	Обладание властью в сетевом обществе	Программирование и перепрограммирование сети
Фильтрующие информационные пузыри	Паризер Э.	2011	Цифровые платформы	Удержание пользователей	Настройка алгоритмов персонализированной фильтрации информации
Сети гражданской мобилизации	Яницкий О.Н.	2011	Граждане	Влияние гражданского общества на власть для выполнения социальных и политических требований	Сетевая самоорганизация граждан

Продолжение таблицы 2

1	2	3	4	5	6
Логика связующих действий	Беннетт Л., Сегерберг А.	2012	Свободные индивиды (персонализированное участие)	Личное самовыражение и признание	Обмен идеями и эмоциями, использование личных ресурсов, участие в совместных действиях
Слактивизм	Морозов Е.	2012	Государство и Интернет-компания	Контроль над обществом, извлечение прибыли	Блокирование доступа, продвижение развлекательного контента
Реальный активизм	Гербаудо П.	2012	«Мягкие лидеры» (хореографы)	Выражение протеста, борьба с тиранией	«Хореография» совместных действий
Новый цифровой мир	Шмидт Э., Козн Д.	2013	«Цифровые активисты»	Самовыражение, установление справедливости, свержение тирании	Распространение контента, привлечение сторонников, протестные действия
Цифровое политическое участие	Теохарис Я., ван Дейт Я.	2014	Граждане	Творческое самовыражение	Расширения репертуара политического участия
Социальная физика	Пентленд А.	2014	Сетевые сообщества	Социальное обучение	Воздействие инфопотоков, социальное давление
Политические сети публичного управления	Сморгунов Л.	2014	Государство	Управляемость общества	Координация публичных действий
Политическое управление Интернет-коммуникациями	Володенков С.	2015	Государства	Формирование сознания	Внешнее воздействие
Эффект манипулирования поисковой системой (SEME)	Эпштейн Р., Робертсон Р.	2015	Цифровые платформы	Продвижение политических интересов и системы ценностей	Манипуляции с поисковой информацией
Психологическое таргетирование	Косински М., Мац С.	2015	Социальные медиа	Управление поведением индивидов	Таргетинг убеждающих сообщений
Цифровая инфраструктура манипуляций (DIM)	Крейн М., Надлер А.	2018	Владельцы цифровых медиаресурсов	Формирование сознания и предпочтений индивидов	Сегментация аудитории, профилизация пользователей, таргетирование контента
Внешнее информационное давление	Бродовская Е.	2018	Страны «коллективного Запада»	Установление внешнего контроля над ценностной системой общества, провоцирование деструктивных процессов	Генерация инфопотоков в цифровом пространстве коммуникаций

Продолжение таблицы 2

1	2	3	4	5	6
Компьютерная пропаганда	Вулли С., Говард Ф.	2018	Цифровые платформы, политические акторы, иностранные государства (производители, распространители, продавцы лжи)	Завоевание и удержание власти	Манипуляция информацией, внедрение ботов
Цифровой колониализм	Квет М.	2019	США	Внешний цифровой контроль ресурсов стран	Политическое влияние и техно-превосходство корпораций США
Надзорный капитализм	Зубофф Ш.	2019	Интернет-компании	Наращивание капитала компаний	Настройка поведения пользователей
Силовое подавление	Ахременко А.	2020	Власть	Пресечение протестных действий	Применение репрессивных мер к участникам протеста

Источник: составлено автором.

Одни из первых предметных исследований политической мобилизации в формируемой среде цифровых коммуникаций отражены в научных публикациях американского политолога Брюса Бимбера, в которых раскрывается *концепция Интернет-пространства коллективных действий (или коммуникативная концепция коллективных действий)*. Он рассматривал аспекты влияния Интернета как инструмента мобилизации в период выборов президента США 1996 г., когда число пользователей составляло только около четверти американских граждан. Б. Бимбер выявлял степень политической мобилизации через Интернет, сравнивая количество личных контактов избирателей по электронной почте, обычной почте, телефону и при непосредственном общении. Он пришел к заключению, что онлайн-мобилизация является эффективной, так как может охватывать граждан, которые иначе не были бы задействованы. Электронная почта является альтернативным каналом мобилизации, используя преимущества удаленного и адресного установления контактов с гражданами. Интернет снижает барьеры для политического участия организаций, не относящихся к массовым политическим партиям, и открывает новые формы структур и тип групп для политической мобилизации [464].

Б. Бимбер переосмысливает коллективные действия исходя из технологических изменений в массовых коммуникациях. В теории коллективных действий формальная организация играет центральную роль в привлечении потенциальных участников и установлении с ними контактов, мотивации и

координации их действий. Использование информационных и коммуникационных технологий для коллективных действий отменяет необходимость формальной организации. Политическая мобилизация обусловлена не столько идеологией, технологией и организацией, сколько стиранием границ между личными и общественными формами совместных действий. Люди создают свободные сети, основанные на общедоступных информационных ресурсах, таких как онлайн-форумы, блоги и базы данных, без указания конкретных целей деятельности [465].

Использование Интернета потенциально снижает актуальность «дилеммы безбилетника» и переосмысливает важность мобилизации ресурсов. Радикальное сокращение затрат на политическое участие привело к новой модели быстрой мобилизации. Малые усилия пользователей на распространение контента и небольшие затраты времени позволяют многим людям включаться в коллективные действия. Политические организации смешивают способы взаимодействия со сторонниками в континууме от «институционального» с иерархической структурой к «предпринимательскому» без центрального руководства. Способы взаимодействия варьируются от безличного опосредованного до личного непосредственного. Использование Интернета приводит к формированию горизонтальных структур и индивидуальных отношений, создающих новое «пространство коллективных действий».

В рамках коммуникативной концепции обосновывается двухмерная модель пространства коллективного действия, включающую измерения для способа межличностного взаимодействия и способа формирования взаимодействия. Модель обозначает положение различных групп и характеризует пространство, раскрывая осмысление коллективных действий. В коммуникативном пространстве с течением времени происходят изменения присутствия групп коллективных действий, отклонения в самих группах из-за изменений в размере, форме и локации, а также различия в опыте и мотивации вовлеченных людей. Коммуникативный ракурс рассмотрения коллективных действий интегрирует идеи нескольких теоретических традиций, включая теории социальных действий, организации и капитала [501].

Новые коммуникационные технологии позволяют развивать разнообразные организационные формы, следуя общественным интересам. Политические акторы получают стратегические возможности для организации коллективных действий, используя Интернет для снижения транзакционных издержек, преодоления личных и общественных границ и обеспечения доступа к информации. Способы политической мобилизации больше не зависят от полного набора материальных ресурсов и формальных механизмов организации, так как разные условия порождают различные структурные формы. Организация коллективных действий

включает в себя набор коммуникационных функций: выявление заинтересованных людей и их проблем, установление контактов в целях формирования общей идентичности и доверительных отношений, установление повестки дня и координации взаимодействия.

Пространство Интернета способствует развитию децентрализованной координации совместных действий между разрозненными самоорганизующимися сетями. Интернет помогает сообществам граждан по интересам находить друг друга и совместно действовать, снижает усилия инициативных групп по мобилизации сторонников для достижения целей. Пространство Интернета способствуют организационному разнообразию, распространению инновационных форм и большей сложности устройства среды. Процессы коммуникации и информации создают организации, так же как организации формируют коммуникацию и информацию [134].

Согласно Б. Бимберу, если традиционная теория коллективных действий фокусировалась на вовлечение в формальные организации, то под влиянием технологий Web 2.0 в центре внимания оказались возможность устанавливать связи и координировать свои действия без посредничества формализованных структур. В современных обществах структуры и стимулы формальных организаций уже не имеют решающего значения для коллективных действий. Технологии цифровых коммуникаций изменили способы организации коллективных действий, расширив возможности неограниченного взаимодействия людей с друг с другом и со структурами. Использование цифровых коммуникаций не столько повышает вероятность совместных действий, сколько способствует разнообразию форм политического участия, исходя из текущей повестки дня. В цифровой среде коммуникаций организации не только привлекают людей на определенные роли, но и создают контексты для коллективных действий.

В современном мире в организации коллективных действий все большее значение имеют взаимодополняемость и неформальные отношения доверия между участниками. Организации чаще строятся вокруг краткосрочных информационных потоков, связывающих людей друг с другом. Формальные средства организации, опирающиеся на определенных лидеров, полностью прописанные роли и поддающиеся количественному измерению ресурсы, больше не являются единственными средствами современной организации. Технологические инновации позволяют создать жизнеспособные механизмы коммуникации и координации. Процессы организации развиваются системно, но непредвиденно. При этом коллективное действие является, прежде всего, коммуникативным явлением. В частности, коллективные действия всегда включают 1) выявление и объединение

людей, разделяющих общие частные интересы в отношении общественного блага; 2) передачу сообщений этим людям, 3) координацию, интеграцию или синхронизацию усилий отдельных лиц.

В целом коллективное действие представляет собой набор коммуникативных практик в общественной сфере. Новые коммуникационные технологии позволяют легко и непреднамеренно переходить от частного к общественному участию, уменьшая необходимость организованного участия и существенно снижая издержки участия. В цифровом пространстве коммуникаций затраты на координацию могут быть резко снижены, а организационные требования могут быть удовлетворены через слабосвязанные сети, не полагаясь на фиксированные иерархии или формальные организационные инфраструктуры. Кроме того, коллективные действия могут возникать спонтанно из интерактивных процессов, а не из явного стремления к цели [133].

Концепция эхо-камер американского философа Касса Санстейна привнесла скептическое отношение к расширению влияния цифровых коммуникаций на общество. Интернет может негативно повлиять на развитие демократии, так как внедрение программного обеспечения для фильтрации контента при выборе информации происходит в соответствии с предпочтениями и убеждениями пользователей. В результате преимущества Интернета оборачиваются сужением кругозора пользователей при доступе к информационным ресурсам. Также сами пользователи склонны формировать в Интернете сообщества в виде фракций разделяющих их взгляды людей, что приводит к эффекту групповой поляризации [226]. К. Санстейн назвал эффект формирования в Интернете сообществ единомышленников эхо-камерами или «информационными коконами», которые ограничивают выражение альтернативных мнений, подрывая основы демократии [228].

К. Санстейн, оценивая последствия расширения влияния новых коммуникационных технологий на демократию и свободу слова, приходит к неоднозначным выводам. Сеть не является пространством абсолютной свободы, а регулируется создателями и сообществами пользователей. Интернет обладает огромным потенциалом для поощрения свободы мнений и действий, но способствует продвижению «киберсообществ» единомышленников, поощряющих и разжигающих групповую ненависть к пользователям с иными взглядами. В киберпространстве при увеличении возможности фильтрации информации остается только контент, который пользователи хотят видеть, слышать и читать. По мере уменьшения влияния прессы и телевидения возрастает настройка цифровых коммуникаций, которые создают угрозу фрагментации общества [227].

По мере технологического развития Интернет становится все более изолированным во влиянии на пользователей, создавая новые угрозы для общества. Платформы социальных сетей эффективно сортируют пользователей по группам единомышленников, замыкая их в усиливающих установки эхо-камерах и стимулируя политическую фрагментацию, поляризацию и экстремизм. Архитектура платформ социальных сетей настроена на увеличение изоляции пользователей от разнообразной информации. Потребность социальных сетей привлечь внимание аудитории побуждает платформы следовать действиям и интересам пользователей. Формирование гомофильных сообществ в социальных сетях происходит на основании выявленных психологических механизмов группового конформизма и когнитивного диссонанса. Эхо-камеры характеризуются поляризацией мнений по поводу спорной темы и гомофилией взаимодействия единомышленников. В соответствии с концепциями групповой поляризации эхо-камеры закрепляют определенные мнения внутри группы, подвигая сообщества к выражению более крайних позиций [574].

В дальнейшем концепция получила развитие во многих исследованиях. Указанные эхо-камеры определяются как ограниченные или закрытые сообщества в социальных медиа, которые могут как усиливать поступающие сообщения, так и изолировать их от опровержения. В политически предвзятых эхо-камерах пользователи предпочитают получать новости и информацию из источников, которые транслируют ценности определенного идеологического спектра [171]. Поляризация политических позиций приводит к идеологической изоляции и сегрегации, так как люди склонны потреблять идейно близкий контент и обличать чуждые сообщения [502]. Ограничение альтернативных мнений создает представление о единстве группы. Эхо-камера способствуют формированию сообществ, в которых личное мнение, идейные убеждения и политические установки укрепляются при взаимодействии пользователей, разделяющих схожие взгляды [479].

В современном мире политические коммуникации настроены на интенсивное формирование и функциональное расширение информационных капсул, обеспечивающих продвижение на массовые аудитории контента, конструирующего свои общественно-политические смыслы и разрушающие смыслы действий противников. Медиакорпорации, обслуживая интересы политических сил, создают информационные анклав, защищая их от других источников информации и продвигая свои ценности и мнения. Дискредитируя иные сообщества и мнения, эхо-камеры изолируют своих членов от внешних источников информации и делают их

зависимыми от внутренних источников информации. В эхо-камерах разделяют убеждение, что не следует доверять посторонним вне сообщества [171].

Концепция информационных капсул во многом объясняет процесс формирования сообществ в онлайн-пространстве. В рамках сообществ социальных медиа происходит установление правил поведения, модерация действий, генерация контента и заданная интерпретация информации. В условиях цифровизации общества и глобального информационного противоборства конструирование информационных капсул политическими акторами стало способом формирования смыслов массового сознания посредством трансляции идей, ценностей и символов, что позволяет осуществлять эффективное политическое управление. Помимо сообществ социальных медиа многие онлайн-ресурсы, включая ленты новостей и поисковые сервисы, функционируют в «режиме информационного капсулирования», эффекты которого в дальнейшем еще больше возрастут при развитии технологий машинного обучения, индивидуального таргетирования контента и нейронных сетей [292].

Концепция «умной толпы» американского социолога Говарда Рейнголда отразила противоречивое отношение в исследованиях к расширению охвата населения в странах мира мобильной связью и появлению первых платформ социальных медиа. Цифровые коммуникации, с одной стороны, воспринимались как средство освобождения от тирании в странах с авторитарными режимами, с другой стороны, как возможность надзора за гражданами в пространстве развлечений. Г. Рейнгольд на набегавшей волне кибероптимизма выдвинул новаторскую концепцию «умной толпы» (или умных соборщ) [218]. Технические, экономические и социальные элементы индустрии мобильной связи сформировали инфраструктуру, которая создала условия для прежде невозможных совместных действий. Затем общественная сеть мобильной связи стала соединяться с вычислительными сетями персональных компьютеров. Цифровые технологии коммуникации сформировали новую информационную среду, которая открыла возможности мобильности, мультимедийности и геолокации.

Г. Рейнгольд полагал, что «движущей силой в развитии мобильных, контекстно-зависимых, подключенных к Интернету устройств служат закон Мура (микропроцессоры дешевеют по мере роста их мощности), закон Меткафа (полезность сети прямо пропорциональна увеличению числа ее узлов) и закон Риды (мощность сети, особенно усиливающая действенность социальных сетей, возрастает даже быстрее числа различных групп людей, пользующихся сетью). Закон Мура стимулировал производство персональных компьютеров и возникавшие при этом культурные перемены, закон Меткафа стимулировал развертывание

Интернета, а закон Рида будет стимулировать рост мобильной и повсеместной Сети». Рост ценности сети определяется фундаментальным математическим свойством: «число возможных связей между узлами опережает рост самих узлов». «Общая ценность сети, где каждому узлу доступны все узлы, возрастает пропорционально квадрату числа ее узлов. При экспоненциальном опережении ценности сети числа ее узлов математические последствия получают экономическое выражение: соединение двух сетей дает ценность, значительно превышающую величину, получаемую при сложении их ценности как независимых сетей» [98].

Умные толпы образуют ранее незнакомые люди, которые связываются, сотрудничают и действуют согласованно посредством мобильных информационных устройств. Умная толпа, определяемая как «мобильная ситуативная общественная сеть», обозначает новую социального форму организации, которая стала возможной благодаря объединению цифровых средств мобильной связи, определению местоположения и формированию репутации. Мобильность сети обеспечивают общение по телефону и SMS-сообщения. Ситуативность сети означает неформальную организацию людей посредством мобильных устройств, согласовывая место и формат совместных действий. Общественность сети обозначает социальные связи между узлами-людьми в умной толпе. В целом узлы и связи составляют как общественные сети, так и коммуникационные сети, образуемыми оптоволоконными линиями и беспроводными устройствами. Ключевыми элементами инфраструктуры умной толпы в концепции обозначены технологии беспроводной связи и регулирующие их использование институты политической системы.

Однако уже тогда возникли вопросы о последствиях влияния новых технологий коммуникации на общество. С одной стороны, мобильные технологии привели к значительным социальным изменениям, так как действовали в качестве усилителей сотрудничества во всем мире, выступали источником богатства, знаний и обновления гражданского общества. Расширение взаимодействия между людьми, происходящее посредством инфраструктуры умных толп в самоорганизованных ситуативных сетях, инициирует перемены и решение общественных проблем. «Рольевые стратегии» позволяют умным толпам низвергать неудобные правительства и бороться за свои права, захватывая пространство городов и занимая символические места. С другой стороны, в противовес тенденции усиления сотрудничества отмечаются проявления формирования технико-социального порядка «вездесущего паноптикона», нацеленного на извлечение дохода за счет «дезинформационно-развлекательной машины». Технологии формирования умных толп представляют угрозу свободе, так как компьютеризация позволяет надзирать за

действиями пользователей, качеству жизни, так как вызывает страхи, вторгается в личную жизнь и вводит в заблуждение, и достоинству, так как принуждает переходить от общения с людьми к общению с машинами.

Концепция гибридности цифровых сетей британского политолога Эндрю Чедвика обозначает организационные изменения, привнесенные Интернетом в возможности политической мобилизации [477]. Э. Чедвик полагает, что Интернет способствует формированию «организационной гибридности» в политической мобилизации, так как происходит сращивание различных репертуаров действий в цифровой и физической средах. Группы интересов и политические партии переживают процессы гибридации, основанные на внедрении и адаптации цифровых сетевых репертуаров типичных для социальных движений. «Гибридные мобилизационные движения» смешивают репертуары, ассоциируемые со всеми тремя организационными типами — политическими партиями, группами интересов и общественными движениями. Гибридные мобилизационные движения являются новым типом организаций, которые не могут работать без Интернета, поскольку технологии создают сложные взаимодействия между онлайн- и офлайн-средой и организационную гибкость, необходимую для быстрого «переключения репертуара» в рамках одной кампании или от одной кампании к другой. Конвергенция ранее различных организационных репертуаров является общей тенденцией политической мобилизации. Современные медиасистемы развиваются посредством взаимодействия между старыми и новыми коммуникациями, образуя гибридное информационное пространство [142].

Интернет расширяет возможности для деятельности политических организаций, способствуя большему разнообразию репертуара активностей. Репертуары цифровых сетей являются движущей силой организационной гибридности. Цифровые сетевые репертуары укладываются в четыре основные концептуальные направления: 1) создание привлекательных и все более конвергентных форм гражданской активности в сети; 2) укрепление распределенного доверия между горизонтально связанными группами граждан; 3) содействие слиянию субкультурных и политических дискурсов; 4) создание и развитие социальных сетей. Традиционно более иерархичные группы интересов и политические партии перенимают и адаптируют репертуар цифровых сетей. Партии, группы интересов и социальные движения заимствуют друг у друга типичные организационные и мобилизационные репертуары. Используя Интернет для мобилизации и координации, традиционные группы интересов и политические партии получили возможность усилить влияние на низовом уровне способами,

характерными для социальных движений, которые образуют неиерархической структуры посредством информационных сообщений [477].

Между тем социальные медиа неожиданным образом изменяют политическую активность, способствуя расширению структуры организации гибридных мобилизационных движений. Организационная гибридность образуется при персонализированном взаимодействии индивидов, обладающих постматериалистическими ценностями, в открытом информационном пространстве. Гибридные мобилизационные движения функционируют в сложной пространственной и временной политической реконфигурации, в которой широко задействованы цифровые коммуникации. Такие движения используют возможности цифровых медиа для быстрой адаптации в пространстве, во времени и к институтам, смешивая и переключая онлайн- и офлайн-, новые и старые репертуары действий.

Организационную инфраструктуру гибридных движений составляют цифровые медиасети, лишенные бюрократических структур. Гибридные движения мобилизуют своих участников посредством свободных связей пользователей цифровых коммуникаций. Участники движения лишь ситуативно объединяются для совместных действий. Латентные связи в сетях информационной инфраструктуры обеспечивают быструю реактивацию ресурсов для действия. В современном мире происходит гибридизация репертуаров действий в офлайн- и онлайн-пространствах. Взаимное влияние репертуаров приводит к формированию нового типа сетевых структур, которые характеризуются как аморфные, фрагментированные и слабо связанные. Однако в сравнении с формальными институциональными структурами потенциально они предоставляют больше возможностей для организации совместных действий [478].

Концепция информационного подталкивания американских исследователей Ричарда Талера и Касса Санстейна прочно вошла в научный оборот общественных исследований, обозначив усиление влияния необихевиоризма [232]. Для обоснования своей концепции исследователи формулируют идеологию либертарианского патернализма, которая подразумевает сохранение за человеком свободы выбора, обусловленного влиянием на социальное поведение людей уполномоченных «архитекторов выбора». «Патерналистская политика» кроется в том, что решение, принятое под неявным влиянием, представляется человеком как самостоятельный выгодный выбор. Человек представляется вполне неблагонадежным, принимающим ошибочные решения без должных рациональности, сосредоточенности и информированности. Архитекторами выступают правительства и коммерческие организации, которые действуют из благих побуждений, подталкивая людей к улучшению жизни. В характеристиках

авторов либертарианский патернализм формирует мягкий и ненавязчивый режим, который не ограничивает выбор, не навязывает решения и не ограждает людей от опрометчивых действий [577].

В трактовке авторов концепции подталкивание представляет собой «любой аспект архитектуры выбора, предсказуемо влияющий на поведение людей, не запрещающий ничего и не вносящий заметных изменений в экономические привычки». При этом подталкивание должно быть не директивным, а простым, легким и дешевым. Подталкивание не налагает обязанности действовать определенным образом, от его воздействия можно уклониться, исходя из видов социального влияния, выделяют три способа подталкивания: информацию, давление коллектива и прайминг. Информирование граждан в определенный период, например, в день голосования на выборах, позволяет повысить активность граждан. Чтобы изменить поведение людей посредством подталкивания, достаточно сообщить о поступках и достижениях остальных. Прайминг состоит в запуске определенных мыслей и последующих действий индивида под влиянием стимулов, которыми выступают различные идеи и образы. Возможности прайминга проявляются в стимулировании нужного поведения или изменения действий под влиянием простых опосредованных сигналов, помещение определенных предметов в центр внимания аудитории.

Исследователи, обозначая приверженность свободе выбора человека, считают воздействие архитектуры выбора на поведение человека неизбежным. Людей нужно подталкивать к принятию определенных решений, так как обратная связь требует продолжительного времени и ситуацию сложно интерпретировать. Поведение человека обусловлено внутренними и внешними установками на соответствие одобряемому или рекомендуемому образу действий. Посредством способов подталкивания «архитектор», который компетентнее потребителя и лучше определяет его запросы, может принуждать людей к принятию нужных решений и действий. При этом они вводят моральное ограничение, формулируя ключевой принцип использования подталкивания на пользу человеку и обществу [110].

Исследователи общественной активности разошлись во мнениях на степень влияния использования Интернета на изменения в коллективных действиях граждан и различиях гражданского активизма онлайн и офлайн [494]. Обозначая расхождения, американские социологи Дженнифер Эрл и Катрина Кимпорт обосновывают *концепцию онлайн-активизма*. Они полагают, что использование Интернета расширяет возможности активизма, ускоряя распространение протестных практик [493]. Интернет открыл возможности для двух типов онлайн-активизма: сетевой мобилизации граждан и организации виртуальных движения.

Использование Интернет-коммуникаций позволяет мобилизовать ресурсы для выражения протеста, направленного на разрешение социальных проблем.

Интернет создал две ключевые возможности для политического участия: значительно снизить затраты на проведение протестных действий и преодолеть необходимость активистов собираться вместе офлайн. Посредством Интернет-коммуникаций без особых усилий и затрат митинги могут быть инициированы, участники привлечены, а онлайн-петиции оперативно созданы и распространены в социальных сетях. Использование Интернета увеличивает масштаб и скорость общественной активности, изменяя формы политического участия и процесс организации совместных действий. Активное использование открывшихся возможностей онлайн-пространства способствует радикальным преобразованиям в проведении акций протеста, заставляя пересмотреть представления об организации социальных движений в современном мире.

В настоящее время цифровые коммуникации предоставляют возможности политического участия и организации протеста с минимальными затратами сил и средств. Дж. Эрл и К. Кимпорт исходят из того, что затраты на мобилизацию ресурсов всегда были важным фактором, определяющим политическое участие в коллективных действиях и общественных движениях. При этом организации общественного движения играли важную роль в политической мобилизации сторонников на протестные действия. Физическое единение всегда считалось неотъемлемой частью социальных движений, но применение информационных технологий позволяет без него обойтись. При этом современные технологии коммуникаций позволяют выражать единение в борьбе за социальные перемены. Пользователи могут продемонстрировать мощное коллективное действие онлайн, чтобы выразить свою позицию и недовольство значимой общественной проблемой.

Интернет-технологии позволяют генерировать коллективные действия без совместного присутствия, освобождают организаторов и сторонников от требования непосредственного участия в уличных акциях. Асинхронная коммуникация онлайн и сотрудничество на расстоянии делают возможными протесты и социальные движения без физического объединения участников. Использование Интернета позволяет индивидам или небольшим группам координировать действия без коллективной организации. Возможность мобилизации без коллективной идентичности тоже заставляет переосмыслить ее значимость для организации протеста в онлайн-пространстве. Интернет способствует формированию цифрового репертуара совместных действий общественных движений.

Более низкие затраты на организацию онлайн-мероприятий, отсутствие требования совместного присутствия облегчают привлечение большого количества

участников. Возможность задействовать социальные сети для организации протеста без сопричастующих активистов и сторонников позволяет многим без опыта работы в социальных движениях становиться координаторами протеста, реализуя собственные представления о должных совместных действиях. Когда протестовать легко, дилемма безбилетника становится менее заметной для объяснения политического участия. Возможность снижения планки политического участия имеет важные последствия для динамики протеста, требуя переосмысления стимулов и ресурсов для политической мобилизации. Современные технологии коммуникации позволяют проводить политическую мобилизацию, используя возможности масштабирования, рассматриваемые как эффекты сверхразмера и теории 2.0. В зависимости от степени использования Интернет-коммуникации могут как расширить протест, так и повысить уровень взаимодействия между участниками. Социальные сети Web 2.0 способствуют установлению и поддержанию отношений между пользователями, сообщая о совместных действиях участников сообществ.

В новом цифровом репертуаре скоординированные коллективные действия являются общей характеристикой социальных движений. Включение пользователя в социальную сеть сообщества создает ощущение участия. Причем сети создаются вокруг определенных акций, связывая людей в виртуальном, а не физическом пространстве. Электронная тактика коллективных действий распространяется по всему миру, применяясь для эффективного влияния на общество, мобилизации протестов и расширения общественного движения. Использование информационно-коммуникационных технологий способно мотивировать на участие и снизить затраты на общественное движение, повысить вовлеченность и диверсифицировать уровни участия, однако не может изменить фундаментальную динамику общественной активности [153].

Концепция власти коммуникаций испанского и американского социолога Мануэля Кастельса стала ключевой в современных исследованиях политической мобилизации в цифровой среде коммуникаций [140]. М. Кастельс исходит из того, что в наступившую информационную эпоху Интернет выступает технологической основой формирования сетевой организации общества. Прежние формы сетевого взаимодействия людей, создающие совокупности связанных узлов, преобразовались в информационные сети. Интернет стал средством организации сетей, обладая выраженными адаптивными свойствами массового вовлечения пользователей и формирования множества сообществ. Распределенные горизонтально организованные сети стали конкурировать с централизованными вертикально организованными государственными и корпоративными структурами. Если прежде сети проигрывали иерархиям, испытывая трудности при организации действий и

аккумуляции ресурсов для достижения целей, то уже гибкие Интернет-коммуникации позволили осуществлять более эффективное управление на основе координации в принятии решений и децентрализованного выполнения задач.

Сетевое взаимодействие в Интернете трансформирует прежние модели социальности в обществе. Интернет, структурируя общественные отношения, способствует развитию индивидуалистической модели социального взаимодействия. Социальные сети под влиянием технологического обновления коммуникаций стали доминирующей формой организации общества, благоприятствующей распространению индивидуализма. Социальная структура сетевого индивидуализма посредством взаимодействия онлайн позволяет создавать виртуальные сообщества, исходя из собственных интересов, ценностей и проектов. Виртуальные сообщества формируются в Интернет-пространстве на основе механизмов свободной горизонтальной коммуникации и самоорганизации деятельности, позволяющей взаимодействовать, генерировать идеи и распространять информацию.

Интернет, согласно М. Кастельсу, открыл целый ряд возможностей социальных сетей, в частности масштабируемость, интерактивность, гибкое управление, брендинг и ориентация на потребителя. *Масштабируемость* сетей предполагает их развитие, расширение компонентов от локальных до глобальных размеров либо сокращение. *Интерактивность сетей* позволяет индивидам без посредников взаимодействовать в реальном времени на любом расстоянии друг от друга, используя горизонтальные связи. *Гибкость управления* помогает контролировать реализацию проектов со множеством партнеров при децентрализованной организации. *Брендинг* придает производимым продуктам особые ценностные качества в сознании стоящих перед многовариантным выбором клиентов, а сети позволяют воздействовать на адресные группы, налаживая обратную связь. *Ориентация на потребителя* предусматривает «подгонку» продукта под целевую аудиторию, что решается посредством личного онлайн-взаимодействия, автоматического профилирования потребностей пользователей, формирования баз данных существующих и потенциальных клиентов. Интернет позволил создать бизнес-модель сетевой организации, ориентированной на извлечение прибыли [66].

В своей концепции М. Кастельс основой организации общества видит властные отношения. Власть трактуется им как относительная способность навязывать волю одного актора воле другого актора на основе структурной возможности господства, встроенной в институты общества. Акторами обозначаются множество действующих субъектов, включая индивидов, группы,

организации, институты и сети. В современном обществе власть строится вокруг многомерных сетей, запрограммированных в каждой области человеческой деятельности в соответствии с интересами и ценностями акторов, наделенных властью сетевой организации индивидов. Современная социальная структура сетевого общества построена на основе цифровых коммуникаций. Согласно М. Кастельсу, власть в сетевом обществе осуществляется через сети. Исходя из современных социальных и технологических условий выделяются четыре различных формы власти: сетевая власть, власть сети, власть в сети, власть создателей сетей. Каждая из этих форм власти определяет специфические процессы осуществления власти.

Сетевая власть в обществе принадлежит включенным в глобальные сети субъектам и организациям, имеющим преимущество перед социальными группами и отдельными индивидами, которые не включены в глобальные сети. Сетевая власть действует через механизм исключения и включения, который диктуется установленными правилами, диктуемыми стандартами или протоколами связи, принимаемыми при присоединении к сети. Правила обязательны для всех узлов в сети, поскольку их соблюдение делает возможным существование сети как коммуникативной структуры. Ценность участия в сети возрастает экспоненциально увеличению ее размера, поэтому издержки исключения из сообщества оказываются выше, чем выгода от включения. Социальные акторы усиливают свои позиции благодаря включению в сеть, получая доступ к ресурсам и закрывая доступ для неликвидных и угрожающим интересам сообщества.

Власть сети диктуется стандартами или протоколами коммуникации, устанавливающими правила взаимодействия при включении в сообщество. Стандарты регулируют социальную координацию взаимодействия между многими сетевыми акторами. Установленные правила принуждают узлы в сети соблюдать нормы, укрепляющие коммуникативную структуру сообщества. Таким образом, власть сети является властью стандартов сети над ее элементами, что отвечает интересам первоначальных сетевых акторов. Тогда как власть в сети состоит в возможности одних акторов навязывать волю другим акторам, устанавливая в различных формах и процессах доминирование. В каждой сети властные отношения устанавливаются в зависимости от преследуемых целей.

Сетесоздающая власть, которая считается наиболее важной формой власти, заключается в способностях двух основных механизмов: а) способность создавать сеть, программировать и перепрограммировать сеть для достижения поставленных целей; б) способность соединять и обеспечивать сотрудничество различных сетей путем разделения общих целей и объединения ресурсов, отражая конкуренцию со

стороны других сетей путем налаживания стратегического сотрудничества. М. Кастельс обладателей первой способности называет программистами, а обладателей второй коммутаторами (переключателями) [476].

Программирование и перепрограммирование сети создает больше возможностей для эффективной работы и реконфигурации структуры и узлов. В каждой сети программы генерируют культурные материалы идеи, образы, проекты и фреймы. Идеи обрабатываются в обществе в соответствии с тем, как они представлены в сфере коммуникации. Способность сетевого программирования зависит от возможности порождать, распространять и влиять на дискурсы, которые фреймируют человеческую деятельность. Дискурсы формируют общественное мнение через коммуникационные сети. Общественное сознание как набор ценностей и фреймов, которые широко распространены в обществе, является, в конечном счете, именно тем, что влияет на индивидуальное и коллективное поведение. Контроль над коммуникационными сетями и способность создать эффективный процесс общения и убеждения являются ключевыми активами в способности программировать. В контроле над точками соединения между различными стратегическими сетями кроется источник власти переключателей. Обладатели этой власти переключают, например, связи между сетями политического руководства, сетями СМИ, научными и технологическими сетями.

Отдельные программисты и переключатели благодаря своему положению в социальной структуре обладают высшей формой власти в сетевом обществе создателей. Власть создателей сети заключается в способности организовывать и программировать глобальные сети. Мультимедийными сетями массовой коммуникации владеют основатели цифровых платформ, производящие контент медиакорпорации, извлекающие прибыль бизнес-компании или контролирующее политические процессы в обществе государство. Ограниченное число конгломератов располагают финансовыми, юридическими, институциональными и технологическими средствами для организации и эксплуатации сетей массовой коммуникации. Метапрограммисты, наделенные способностью создавать сети, сами являются корпоративными сетями, преследующими различные цели. Бизнес-компании преследуют цель максимизации прибыли на мировом финансовом рынке, а государственные институты нацелены, прежде всего, на усиление политической власти.

Власть создается через коммуникационные сети. Владельцы глобальных мультимедийных корпоративных сетей входят в число властителей сетевого общества, программируя метасеть коммуникационных сетей, то есть сети, которые транслируют виртуальный контент, под влиянием которого люди испытывают

палитру чувств, думают о чем-либо, живут определенным образом, подчиняются либо борются. Они осуществляют свою власть, превращая людей в аудиторию для продажи образов жизни. Таким образом, метапрограммисты достигают своих интересов, увеличивая прибыль или влияние, формируя культуру общества в соответствии со своими корпоративными стратегиями. Потребительский выбор есть, но в пределах набора предопределенных продуктов и предполагает потребление, а не совместное производство.

Создатели осуществляют власть через культурное производство и осуществляют сетевую власть над другими акторами, контролируя доступ к коммуникационным сетям. Политические акторы в зависимости от влияния получают нужный уровень доступа к коммуникации для построения своих сетевых властных отношений с гражданами. Власть создает механизм воздействия на создателей платформ посредством медиаполитики, которая позволяет устанавливать правила доступа к политическим коммуникациям, переключать интерфейсы каналов коммуникации и встраивать акторов в мультимедийные сети, контролирующими масштаб и содержание информационных потоков в соответствии со своими интересами. М. Кастельс обозначает способы политической мобилизации пользователей сетей цифровых коммуникаций: возможность массовой активности, повышение престижа кампании, активизация совместной деятельности, совместные локальные действия и привлечение сторонников к акциям. Сетевая мощь в коммуникационных сферах характеризуется действием мультимедийных корпоративных сетей, включая бизнес-компании и государственные институты, которые взаимодействуют с сетевыми пользователями, потребляющими контент и создающими свою культуру.

Всегда действующей власти явно или скрыто противодействует контрвласть, преследующая интересы и ценности и занимающая в обществе подчиненное положение. Форма институтов и организаций в политической системе общества зависит от взаимодействия между действующей властью и противодействием контрвласти. Причем каждый тип общества имеет специфическую форму осуществления власти и контрвласти. Если власть осуществляется путем программирования и переключения сетей, то контрвласть, преднамеренная изменить властные отношения, реализуется путем перепрограммирования сетей вокруг альтернативных интересов и ценностей и/или разрушения доминирующих переключателей при переключении сетей сопротивления и социальных изменений.

Процессы создания власти следует рассматривать с двух точек зрения. С одной стороны, эти процессы могут усилить существующее господство или захватить структурные позиции. С другой стороны, также существуют

уравновешивающие процессы, которые сопротивляются установившемуся господству интересов, ценностей и проектов, которые исключены или недостаточно представлены в программах и составе сетей. Сопротивление власти достигается через те же два механизма, которые составляют власть в сетевом обществе: программы сетей и переключатели между сетями. Радикальное перепрограммирование исходит от движений сопротивления, направленных на изменение фундаментального принципа сети — или ядра программного кода. Центральная характеристика сетевого общества заключается в том, что как динамика господства, так и сопротивление господству зависят от формирования сети и сетевых стратегий нападения и защиты либо путем формирования отдельных сетей, либо путем реформирования существующих сетей.

Однако по мере того, как все больше корпораций инвестируют в расширение сетей в социальных медиа для извлечения прибыли, все больше пользователей создают собственные сети массовой самокоммуникации, тем самым расширяя возможности влияния в формируемых сообществах. Массовая самокоммуникация основана на горизонтальных сетях интерактивного общения, которые в целом трудно контролировать правительствам или корпорациям. Массовая самокоммуникация обеспечивает технологическую платформу для построения автономии социального актора, будь то индивидуального или коллективного, по отношению к институтам общества. Распространение массовой самокоммуникации увеличивает способность аудитории производить собственные сообщения, потенциально бросает вызов корпоративному контролю над коммуникацией и может изменить соотношение сил в сфере коммуникации. Интернет способствует формированию горизонтальных сетей взаимодействия и массовой самокоммуникации, обеспечивающих автономию пользователей. Расширение автономии и самокоммуникации индивидов увеличивает возможности для социальных изменений [67].

В итоге М. Кастельс приходит к трем важным заключениям: 1) власть в современном обществе строится на основе многомерных сетей коммуникации, запрограммированных на формирование массового сознания индивидов в соответствии с интересами и ценностями элиты преимущественно через социальные медиа; 2) сети власти в различных сферах человеческой деятельности объединены между собой, используя стратегии партнерства и конкуренции, формируя сообщества вокруг проектов исходя из выгоды, контекста и времени; 3) сеть власти, построенная вокруг государства и политической системы, воспроизводит властные отношения в каждой сети исходя из координационных и регулирующих функций, а также обладания монополией на насилие. Государство

представляет собой главную сеть, которая обеспечивает нормальное функционирование всех остальных властных сетей. Таким образом, коммуникационные сети являются ключевыми источниками власти [141].

Концепция фильтрующих информационных пузырей американского создателя цифровых платформ Эли Паризера стала одной из самых спорных, продолжив скептическую линию в отношении влияния цифровых коммуникаций на общество. Автор продвигает нарратив об Интернете как первоначально создаваемом открытом и свободном для пользователей цифровом пространстве, которое со временем компании, преследуя коммерческие цели, стали контролировать, ограничивая распространение информации. Цифровые платформы, такие как система поиска информации Google, социальное медиа Facebook, торговая площадка Amazon, отслеживают действия пользователей онлайн, продавая сведения об их интересах рекламодателям для персонализированного информационного воздействия. Интернет-компании настраивают алгоритмы предоставления информации, исходя из релевантности интересов пользователей. Причем онлайн-персонализация информации производится без уведомления пользователей. Алгоритмы персонализируют результаты поиска информации, рекламные сообщения и медийный контент. Так вокруг каждого пользователя цифровыми платформами создается информационный пузырь или оболочка фильтров [212].

В цифровой среде коммуникации пользователи ограничены в доступе к нефильтрованной информации. Интернет-компании модерируют информацию, предлагая ориентированный на пользователя контент. Цифровые сервисы коммуникации используют алгоритмы и фильтры, чтобы показывать пользователям отредактированную информацию, создавая под каждого «уникальную вселенную информации». Пользователи получают разные результаты поиска в зависимости от индивидуальных интересов и предпочтений. Посредством фильтров «скрытая сеть» отслеживает и направляет поведение пользователей, которые получают опосредованную алгоритмами информацию, подкрепляющую личные убеждения. Персонализация контента на цифровых платформах постепенно изолирует пользователей от различной информации в «пузырях фильтров». В цифровом пространстве коммуникаций пользователи оказываются за невидимыми «стенами фильтров», переставая видеть объективную картину мира и формируя искаженное восприятие мира. Интернет-компании, накапливая большие данные о поведении пользователей, незримо корректируют их действия и впечатления, меняя ткань социальных сетей.

Интернет предоставил возможность гражданам объединять усилия и выражать свое мнение, преодолевая бюрократические препоны и политические

препятствия. Однако фильтры стали пагубно влиять на перспективы развития демократии, которая зависит от получения гражданами информации, содержащей факты, аргументы и мнения из различных источников. Персонализация организует информационные потоки и обуславливает потребление новостей, формируя образ мышления и имея реальные последствия в принятии политических решений. Если читатели и зрители СМИ осведомлены об идеологической направленности редакционной политики, то пользователи цифровых платформ оказываются несведущими в модерации контента.

Персонализированные фильтры создают невидимую систему пропаганды, направленную на закрепление существующих идей и блокирование информации о возникающих новациях и угрозах. Таким образом происходит нарушение когнитивного баланса между утверждением прежних и распространением новых идей. Возведенная алгоритмами «стена фильтров» препятствует расширению многообразия идей в социальных сетях, не способствуя знакомству с иными культурами, открытию нового, что приводит к утрате гибкости мышления и открытости сообществ. Персонализированные фильтры блокируют распространение общественно значимых новостей, способствуя посредством невидимости информации исключению пользователей из политического процесса [93]. В результате персонализации информации пользователи получают контент, соответствующий не столько их интересам, сколько задачам игроков медиарынка, использующих технологии воздействия рекомендательных алгоритмов и социального окружения для продвижения информации, привлечения внимания и вовлечения в сообщества, усиления дисфункции сетевой коммуникации социальных медиа [308].

«Эхо-камеры» и «пузыри фильтров» построены на технических возможностях манипулирования контентом, исходя из предпочтений пользователей [382]. Однако они имеют и принципиальные различия, прежде всего, в формирующих субъектах. Если эхо-камеры создаются пользователями в гомогенизируемых сообществах на основе однородности интересов и ценностей, то пузыри фильтров создаются цифровыми платформами посредством алгоритмов ранжирования контента, исходя из персональных потребностей пользователей. При этом и эхо-камеры, и фильтрующие пузыри способствуют идеологической, новостной и аффективной поляризации, которые отражают смыслы, нарративы и чувства пользователей по отношению к политическим акторам.

Некоторые исследователи рассматривают эхо-камеры и пузыри фильтров как социальные эпистемические структуры, которые вводят пользователей цифровых коммуникаций в заблуждение, усиливая идеологические расхождения. Если в эхо-

камерах работает механизм исключения и дискредитации иных релевантных мнений, то в пузырях фильтров пользователи ограничены в доступе к релевантной информации и аргументам. Эпистемический пузырь возникает из структуры сообществ, социальных сетей и других источников информации. Эпистемическая эхо-камера формирует структуру посредством манипуляции доверием, построенную на дискредитации внешних и утверждении внутренних авторитетов и ценностей. В эхо-камерах участники относятся с недоверием к внешним источникам, а в пузырях фильтров различные мнения отсекаются алгоритмами. Эпистемологический пузырь обычно сдувается при получении пользователем иной информации. Эпистемологические эхо-камеры делают пользователей приверженцами определенных идей, поэтому при избегании сообщества обычно происходит перезагрузка системы прежних ценностей и убеждений [548].

Отдельные исследователи отмечают, что воздействие информационных эхо-камер и пузырей фильтров на поведение пользователей преувеличено. В демократических обществах цифровые платформы посредством настройки алгоритмов способствуют не столько политической дестабилизации, сколько более существенному продвижению популизма [31]. Другие исследователи полагают, что образованию «информационных коконов» в цифровой среде способствует большое разнообразие политического контента, а не управляемое алгоритмами воздействие. Эффективность использования алгоритмов персонализации ставится в зависимость от близости убеждений и открытости участников социальных сетей, сказывающихся на уровне гомофилии сообществ [420]. Самовыражение пользователей на платформах социальных медиа в значительной степени ограничивается контекстом и представлением об окружающей аудитории [559].

Концепция сетей гражданской мобилизации российского социолога Олега Яницкого исходит из рассмотрения структурной организации совместных действий в критической ситуации посредством современных информационных технологий для оповещения общественности и сбора ресурсов. Сети, созданные независимо от государственных институтов, используются также в целях формирования сообществ по интересам, нахождения единомышленников, группового образования и массового просвещения. Информационно-коммуникационные технологии (далее – ИКТ), включая Интернет и мобильную связь, формируют для граждан поле взаимодействия, которые на основе протестной, конструктивной либо созидательной самоорганизации формируются в различные структуры сообществ. В сетях происходит накопление социального капитала, который создает ресурс для развития гражданского общества, открывая возможности скорой и эффективной мобилизации сторонников [451].

В рамках концепции О.Н. Яницкий предметно рассматривает состояние мобилизационной готовности сетевых акторов экологического движения к массовым акциям. Исследователь исходит из того, что мобилизационный дух и контекст советского времени сформировал у российских граждан чувство повышенной опасности, сказываясь на режиме функционирования сетевой структуры сообществ. Экологическое движение функционирует в режимах рутинной и целевой мобилизаций, которые, соответственно, подразумевают поддержание текущего состояния деятельности и аккумуляирования ресурсов сетевыми акторами. Целевая мобилизация состоит в максимальном использовании потенциала сообщества, предполагающего интенсификацию внутренних и внешних контактов персонала организации, перестройку структуры связей с горизонтальных на иерархические отношения во главе с лидером организации, задействование посредством актива сетей сторонников [450].

Кроме того, О.Н. Яницкий подразделяет конструируемую и вынужденную мобилизации граждан. Конструированная мобилизация предполагает использование сетевых ресурсов для целенаправленной организации совместных действий, протестных акций и массовых кампаний. Вынужденная мобилизация происходит неожиданно, вызываемая происходящими событиями, кризисными ситуациями, стихийными бедствиями и техногенными катастрофами. Мобилизационный потенциал гражданского общества состоит в способности собрать ресурсы для влияния на власть для выполнения социальных и политических требований. Автор концепции констатирует, что социальные Интернет-сети стали инструментом политической мобилизации коллективных действий в большом масштабе [452].

Концепция связующих действий американского политолога Лэнса Беннетта и шведского политолога Александры Сегерберг стала одной из самых определяющих и цитируемых в зарубежных исследованиях политической мобилизации в пространстве цифровых коммуникаций, представляя собой глобалистско-либертарианскую альтернативу более утилитарной концепции власти коммуникаций М. Кастельса. По мнению авторов, глобализация проблем государственной политики, воображаемых или реальных, открыла новые возможности для неправительственных акторов, чтобы добиваться перемен во все более изменчивой пространственной и временной среде. В таком контексте сотрудничество между разрозненными сетями групп и социальных движений требует синкретической стратегии: свободные союзы сообществ могут использовать Интернет как для связи, так и для стремительной мобилизации, сосредотачивая усилия на локальном, национальном или транснациональном уровне политики [459].

Л. Беннетт и А. Сегерберг исходили из того, что сетевые движения имеют преимущество в ресурсах с точки зрения предоставления информации, логистической координации и лучшей инфраструктуры онлайн-коммуникации. Персонализация участия способствует вовлечению граждан в общую среду, которая позволяет создавать важный контент и устанавливать межличностные отношения как онлайн, так и офлайн. Сети организаций могут согласовывать свои программы вокруг рамок сообщений, которые достаточно широки, чтобы привлекать разнообразное индивидуальное участие, и координировать это участие с помощью цифровых медиа, что приводит к согласованным действиям [460].

Рассматривая глобальные трансформации в политическом участии под влиянием цифровых коммуникаций Л. Беннетт и А. Сегерберг обосновывают логику связующих действий в сетях цифровых коммуникаций, противопоставляя традиционным коллективным действиям. Логика коллективных действий сосредоточена на привлечении отдельных лиц к участию в общих усилиях для достижения общественного блага. Мобилизацию и координацию совместных действий производят располагающие ресурсами организации. Объяснения процесса формирования общественных движений вышли за рамки теории рационального выбора и концепции мобилизации ресурсов, акцентируя внимание на факторах политического процесса, структур возможностей, культуры, идентичности и эмоций. Обновленная логика коллективного действия проявляется в положениях о важности форм организационной координации, идентичности, ресурсах, лидерах, коалициях, посредничестве в разногласиях, культурных или эпистемологических сообществах, формулировании фреймов. На индивидуальном уровне логика коллективного действия подчеркивает роль отношений и связей в социальных сетях как неформальных предпосылок для более централизованной мобилизации.

Логика связующих действий построена по иным принципам, различаемым по стабильности, масштабу и согласованности. Связующие действия, как правило, более индивидуализированные и технологически организованные, производятся без формирования коллективной идентичности и организационных ресурсов, необходимых для эффективного реагирования на возникающие возможности. Логика связующих действий признает ведущим организующим агентом цифровые медиа, так как индивиды при условии доступности коммуникаций от мобильных телефонов до компьютеров подключены в повседневной жизни к социальным сетям. Цифровые медиа усиливают координацию действий организаций и отдельных лиц, позволяя создавать сети, структурировать деятельность и распространять сообщения по всему миру. Технологические сети делают взаимодействия персонализированными, опосредованными коммуникативными процессами,

структурирующими организации форм связующих действий. Мобилизация происходит через координацию действий в социальных сетях, не требуя организационного контроля и формирования общей идентичности.

В связующей логике осуществление публичной активности или содействие общему благу становится способами личного самовыражения, самоутверждения или признания путем обмена идеями, эмоциями и действиями при доверительных отношениях. Основой связующего действия в социальных медиа является самомотивированное совместное использование ресурсов, усвоение или создание идей, планов, образов. Технологические сети общения позволяют не только производить обмен информацией и сообщениями. Такие сети сами по себе являются гибкими организациями, совершающими скоординированные и быстрые действия, направленные на изменение политических целей, преодолевая географические и временные границы. Коллективные и соединительные действия могут сосуществовать в различных формах. При этом выделяются три идеальных типа крупномасштабных сетей действий. Между двумя идеальными типами традиционного организационно управляемого коллективного действия и цифрового самоорганизованного соединительным действием выделяется гибридная форма организационно соединительного действия.

Тип коллективных действий обозначает масштабные сети действий, которые зависят от посредничества организаций, которые несут бремя содействия сотрудничеству и преодолению разногласий. Организации могут использовать цифровые медиа и социальные технологии больше, как средства мобилизации и управления участием и координации целей, а не предлагать индивидуальные интерпретации проблем и самоорганизацию действий. *Тип связывающих действий* самоорганизуется без центральных или «ведущих» акторов, используя сетевые технологии в качестве важных организационных агентов. Хотя некоторые формальные организации могут присутствовать, но они, как правило, остаются на периферии или могут существовать как в онлайн-, так и в офлайн-формах. Свободная координация действий протестующих иллюстрирует этот идеальный тип, когда традиционные организации остаются на периферии, поскольку более адаптируемые личные действия онлайн и офлайн с помощью цифровых платформ оказываются более эффективными. *Гибридный тип действий* предполагает отказ формальных организационных акторов от продвижения сильных программ, политических брендов и коллективной идентичности в пользу использования ресурсов для развертывания социальных технологий, позволяющих свободно использовать общедоступные сети для создания возможностей индивидуальных действий. Гибридный тип может также включать в себя неформальные

организационные субъекты, которые развивают возможности традиционных организаций с точки зрения мобилизации ресурсов и создания коалиций, не навязывая сильные бренды и коллективную идентичность, регулярное участие, разделение обязанностей и оплачиваемую работу [461].

Таким образом, основой связующего действия является формирующий элемент «совместного использования»: персонализация, которая приводит к широкому распространению действий и контента в социальных сетях. Коммуникационные технологии обеспечивают рост и стабилизацию сетевых структур. Соединительное действие фокусирует динамику действия цифровых сетей, которые вносят организационный принцип, отличный от представлений о коллективных действиях, основанных на предположениях о роли ресурсов, сетей и коллективной идентичности. В случае с организационной структурой сеть имеет стабильное ядро активистов, между которыми выстроены общие коммуникационные связи и предписаны механизмы личного участия. В случае с цифровой сетью организация совместных действий происходит посредством широкого и спонтанного распространения вирусного контента, содержащего лично привлекательные фреймы [131].

Концепция слактивизма американского публициста Евгения Морозова привнесла скепсис в рассмотрение потенциала политической мобилизации в цифровой среде коммуникаций, которая стала пространством развлечений и контроля государства [201]. Автор обозначает ведущую роль глобальных Интернет-компаний Google и Facebook в продвижении контента и модерации общественной активности. Цифровые платформы отслеживают действия пользователей, выявляя социальные графы и раскрывая пересечения связей, чтобы монетизировать постоянно собираемые большие данные [83]. Е. Морозов полагает, что киберпространство не является свободным и граждане испытывают иллюзию победы над государством. В цифровую эпоху государство использует новые доступные способы давления и применяет традиционные усовершенствованные методы контроля. Киберутопизм исходит из ложных предпосылок, а Интернет-центризм использует непригодные методы развития демократического проекта в мировом масштабе. Интернет-центризм заключается в стремлении поставить цифровые технологии коммуникации выше социальной среды, порождая ложное представление об установлении контроля над цифровой средой.

Авторитарные политические режимы превращают Интернет в масштабное орудие угнетения граждан, получая дополнительный источник легитимности, так как Интернет позволяет снизить уровень социального недовольства из-за широкой доступности виртуальных развлечений. Интернет также изменяет характер

протестного движения, уводя политическое сопротивление режиму в цифровое пространство. Сильное правительство, стремясь удержать власть, также способно лишить оппонентов возможности использовать Интернет для политической мобилизации масс, так как контроль информационной инфраструктуры позволяет ограничивать или блокировать доступ к коммуникационным сетям. Механизмы индивидуализации в социальных медиа, настроенные на отслеживание действий пользователей, могут быть использованы цифровыми платформами и политическими режимами для запрета посещения определенных сайтов. Власти, освоив современные технологии коммуникации, создают проправительственные движения, модерируют заполнение блогов и социальных сетей направленным контентом, продвигая нужную идеологию с опорой на сторонников, и отслеживают действия в оппозиционных сообществах. Власти авторитарных политических режимов, зная о грозящей опасности из цифровой среды, способны блокировать доступ граждан к контролируемому Интернету.

Вместе с тем большинство пользователей социальных медиа демонстрируют активность для привлечения внимания знакомых в сообществе, а не для распространения политических идей. В современном цифровом мире важно произвести впечатление в социальной сети, показывая бурную деятельность, которая может даже являться фикцией. Социальные медиа провоцируют проявления нарциссизма пользователей, которые, по сути, занимаются саморекламой, преподнося себя в выгодном свете и набирая как можно больше френдов. В социальных медиа группы формируются очень легко, так как участие в них не требует усилий и обязательств. Такие группы трудно сподвигнуть на совместные действия, тратить личное время в общих интересах. Сообщества социальных сетей привлекают, прежде всего: авантюристов и «нарциссов», так как присоединение к группам не требует особых усилий. Интернет минимизировал издержки присоединения к группам, но не может принудить участвовать в общественно значимом деле. Распределение по сообществам вызывает ощущение групповой идентичности достаточное для неприятия представителей иных сообществ.

Возможности политического участия в цифровой среде характеризуют понятия «слактивизм» или «диванный активизм». Социальные медиа способствуют беспорядочным связям между гражданами, помогая сетевым активистам осознавать свою полезность и важность, имитируя значительное политическое влияние. «Социальная лень» может иметь синергию при условии открытой оценки личного вклада участников в выполнение трудной задачи. Диванный активизм в социальных сетях создает обманчивое впечатление, что политические действия в цифровой среде ведут к реальным общественным изменениям, а оппозиционная

деятельность в действительности устарела как скучная, рискованная и неэффективная. Цифровые коммуникации превращают пользователей из участников политических событий в наблюдателей, а массовую политическую мобилизацию и протестные действия в пассивное и безопасное развлечение без особых затрат и усилий.

Социальные сети позволяют легко мобилизовать избирателей на выборах, но такие политтехнологические эксперименты могут принести мало пользы, так как немногие примут участие в голосовании. Социальные сети способны быстро мобилизовать в виртуальном пространстве миллионы недовольных властью людей, однако аккумулируемые ресурсы и революционные предпосылки в реальности оказываются иллюзорными. Социальные медиа способны мобилизовать людей, увеличивая вероятность и масштаб акций протеста. Однако цифровая среда способствует формированию децентрализованных неиерархичных структур без лидеров, которые, мобилизуя сторонников, оказываются не способными выдержать конкуренцию с организованными структурами и взять власть. Революции проводят централизованные структуры во главе с фанатичными лидерами, объединяющие на основе дисциплины и прочных связей преданных идеи сторонников. Революционные события «арабской весны» стали возможны не столько из-за применения цифровых коммуникаций, сколько из-за стечения политических, социальных и культурных факторов.

Виртуальные возможности мобилизации отвлекают от поисков более эффективных способов организации в реальном мире. Интернет создает возможности для координации действий, но не может заставить пользователей подчиняться. Большой объем сообщений в сети только увеличивает информационную перегрузку участников сообществ. Мобилизационные возможности цифровых коммуникаций для организации политической деятельности только в отдаленной перспективе оказывают влияние на существующие структуры власти и общественные процессы. В теоретическом отношении Интернет-центризм должен быть противопоставлен киберреализму. Следует отказаться от представления, что Интернет является орудием освобождения граждан от гнета авторитарного правления. Интернет скорее вредит демократии, чем ее поощряет. Понимание мира киберреалистами основывается на отказе от идеологических предрассудков и абсолютизации социальных и технических факторов, которые находятся в сложном взаимодействии [82].

Концепция реального активизма испанского политолога Паоло Гербаудо исходит из дискуссии о цифровом участии, обозначая две крайние позиции техноутопистов, считающих социальные медиа инструментом демократизации, и

технопессимистов, рассматривающих Интернет и социальные медиа как пространство развлечений и как инструмент контроля и репрессий со стороны институтов государства и капитала компаний. Он рассматривает социальные медиа как пространство, где пересекаются интересы технологичных корпораций и действующих правительств, обычных пользователей и общественных активистов.

П. Гербаудо отмечает, что общественные движения для мобилизации сторонников используют социальные медиа не по причине эффективной организации совместных действий, из-за использования большинством населения цифровых коммуникаций в повседневной жизни. Различные подходы в рамках цифрового активизма рассматривают, как распространение социальных медиа меняет действия людей, структуру политической организации, формы лидерства и участия. Социальные медиа только создают иллюзию горизонтальных и лишенных руководства сетей. Активизм в социальных медиа предлагает новые формы неформального лидерства, основанного на личной харизме и технических навыках. Социальные медиа позволяют лидерам и их последователям быть более непосредственно связанными между собой и влиять друг на друга. Также социальные медиа требуют появления новых организационных структур и этики взаимодействия, которые будут соответствовать современным технологиям и социальному опыту [614].

П. Гербаудо в противовес теоретикам технооптимизма и технопессимизма предлагает свой подход к изучению социальных сетей и активизма. Важнейшим элементом в понимании роли социальных сетей в современных социальных движениях является их взаимодействие и опосредование возникающих форм общественных собраний и, в частности, массовых митингов, которые стали отличительной чертой современных движений. Социальные сети создают хореографию собраний как процесса символического построения общественного пространства, облегчая и направляя физическую сборку индивидуализированного сообщества. Внедрение социальных сетей в социальные движения не просто приводит к ситуации абсолютной спонтанности и неограниченного участия. Администраторы социальных медиа и активисты, размещающие твиты, становятся «мягкими лидерами» или хореографами, участвующими в создании обстановки и создании эмоционального пространства, в котором могут разворачиваться коллективные действия.

В формировании движений проявляется стремление к созданию чувства центральности и пространственной привязанности, что является противоположностью положений о диффузности сетей и номадизме роев. Появление новых форм собраний ставит вопросы не только об их внутренней работе

и типах образованных в них сообществ, но и о характере мобилизации как процесса пространственной сборки со своей специфической хореографией. Социальные сети могут быть использованы для создания чувства солидарности в различных территориях, разделяющих общее чувство негодования, гнева, разочарования и восприятия общей жертвы. Социальные медиа становятся полюсом «агрегации», или «концентрации» этих индивидуальных настроений, превращая их в политические страсти в повествовании. Значение этого эмоционального качества форм мобилизации, практикуемых современными популярными движениями, вращается вокруг необходимости отходить от техно-детерминистского и когнитивистского понимания социальных сетей как информационных каналов. В целом важнейшая роль социальных сетей заключается в создании эмоционального чувства единства среди рассеянных участников, а не в координации «боевых» операций на местах [159].

Концепция нового цифрового мира американских управляющих цифровыми платформами Эрика Шмидта и Джареда Коэна стала выражением идеологии освобождения народов от тирании посредством новых информационных технологий [220]. Доступность сети открывает возможности для большинства, способствуя росту эффективности взаимодействий и качеству жизни. Включение множества людей в сеть в разных точках мира формирует активное, открытое и глобальное гражданское общество. Цифровые коммуникации способствуют значительному расширению количества участников и возникновению новых форм мобилизации сторонников. В виртуальных сообществах появляются свои цифровые активисты и лидеры. Цифровые платформы, такие как Facebook, Twitter, YouTube и др., распространяющие видеоролики, изображения и сообщения, во многих странах становятся инструментами вовлечения, мобилизации и организации протестных действий в различных формах. «Цифровые активисты» протестных движений, организующие акции и генерирующие контент, становятся героями сообществ виртуального пространства, за действиями которых может наблюдать весь мир. «Сетевой активизм» не требует от каждого значительных усилий для общественной деятельности, поэтому появляется возможность для организации массового участия. В виртуальном пространстве люди оказываются вне контроля государства, поэтому открывается больше возможностей для совершения революций и испытания на прочность авторитарных режимов.

Причины протестов в демократических обществах, заключенные в социальной несправедливости либо экономическим неравенством, и в авторитарных обществах, вызванные нарушением выборов, проявлениями коррупции и применением насилия, остаются прежними. Однако способы организации

протестных действий претерпели кардинальные изменения. Цифровые коммуникации используются как инструмент вовлечения, мобилизации и организации различных форм протеста. Платформы социальных медиа задействованы протестующими для распространения визуального контента. Если ранее восстание организовывал узкий круг обученных и вооруженных активистов, то сейчас коммуникационные технологии сняли возрастные, гендерные и экономические ограничения на участие в протестных действиях. Гражданам открылась возможность получить обратную связь в глобальном масштабе. Цифровые коммуникации позволяют всему миру наблюдать за крупными протестными движениями.

Подключение к социальным сетям Интернета по странам мира благоприятствует распространению революционных настроений, так как доступность виртуального пространства позволяет взаимодействовать с различными сообществами и отдельными пользователями, испытывающими социальное недовольство. Лидерами и активистами таких движений выступают, прежде всего, представители молодежи, одержимые стремлением к справедливости и амбициями. Виртуальное пространство способствует формированию протестной модели поведения, ориентированного на участие граждан в непрерывных онлайн-акциях для достижения состояния революционного напряжения. Цифровые коммуникации позволяют оперативно оценивать размер сети сторонников оппозиции, противостоящей «репрессивным режимам». Площадками для мобилизации сообществ «цифровых оппозиционеров» становятся информационные сайты и открытые платформы.

В событиях «арабской весны» цифровые коммуникации способствовали расширению революционного движения, так как открыли больше возможностей для самовыражения. Расширение доступности мобильной связи и Интернета позволило легче распространять агитационные материалы и мобилизовывать сторонников. В пространстве коммуникаций люди преодолевают «барьер страха» и узнают об уязвимостях правительства, присоединяясь к совместным действиям для свершения авторитарного режима. Анонимность пользователей Интернета и сетевая технология организации действий обеспечивают активистам и участникам протестов «скрывающий слой», поощряя их в относительной безопасности продолжать революционную деятельность. Информационный шум виртуального мира мешает государственным спецслужбам отслеживать и пресекать революционную активность.

Массовое распространение коммуникационных технологий способствует более безопасному виртуальному участию в революционных действиях, хотя

значительные риски в физическом пространстве сохраняются. Ряд государств пытается влиять на использование цифровых коммуникаций и регулировать отношения в виртуальном пространстве. Введение определенных ограничений и фильтрации контента на уровне отдельных стран преобразует «глобальный Интернет» во взаимосвязанные сегменты национальных сетей, фрагментируя «всемирную паутину». Обычно информационные потоки ограничиваются пределами отдельных стран из-за фильтрации контента, языкового барьера и предпочтений пользователей, желающих оставаться в своей культурной среде.

Множество людей, подключаясь к цифровым коммуникациям, вступают в так называемый «сетевой клуб». Однако воспользуется возможностями подключения к сети каждый по-разному. В результате будут сформированы не однородные сообщества, а «сетевая кастовая система», в которой каждый займет определенное место. В современном обществе рядом с существующей тысячелетия материальной цивилизацией образуется виртуальная цивилизация. Виртуальный мир открывает большие возможности для протестной деятельности, позволяя активным гражданам избежать репрессивных действий со стороны государства. В реальном мире будут пытаться регулировать отношения, устанавливая нормативные правила для обуздания анархии виртуального мира. Взаимовлияние прежней материальной и новой виртуальной цивилизаций в итоге определит устройство современного общества, делая его более справедливым, прозрачным и интересным [124].

Концепция цифрового политического участия немецких исследователей Янниса Теохарис и Яна ван Дейта отмечает расширение способов гражданской активности в современных обществах, что связывается с быстрым распространением индивидуальных творческих способов самовыражения [584]. Я. Теохарис, основываясь на модели принятия решений об общественном участии Я. ван Дейта, отмечает, что цифровые платформы социальных медиа значительно расширили неполитические способы участия в социальной жизни, которые не только часто формируют основу политического участия, но и во множестве повседневных контекстов преобразуются в политически значимые действия. Причем неполитические формы участия в цифровой сети могут быть более эффективными, чем явные политические формы участия. Многие цифровые сетевые действия, имеющие большую популярность среди общественности в сравнении с широким традиционным репертуаром, можно отнести к формам политического участия.

Цифровые коммуникации рассматриваются как форма мобилизации, которая считается неотъемлемой частью политического участия. Основной предпосылкой для принятия цифрового участия в качестве формы политического участия

обозначается признание возможностей активации личных сетей в социальных или политических целях через цифровые медиа для политической мобилизации других индивидов. Цифровые медиа открывают организационные возможности политической мобилизации при участии в голосовании, бойкотах, демонстрациях и т.д. Цифровое сетевое участие трактуется как персонализированные действия в среде Интернет-коммуникаций, осуществляемые отдельными гражданами с намерением показать свою мобилизованность и активировать свои социальные сети для повышения осведомленности или оказания помощи, а также для решения общественных проблем посредством социального и политического давления [578].

Под влиянием расширения возможностей цифровых коммуникаций для организации совместных действий репертуар политического участия в демократических обществах становится более разнообразным, охватывая такие различные формы, как голосование, демонстрации, волонтерство, бойкоты, флешмобы и ведение блогов. Цифровые формы политического участия приобретают более творческий, выразительный и индивидуализированный характер. Прежние и новые формы политического участия укладываются в многомерное измерение, включающее голосование, акции в цифровой сети, институционализированные и протестные действия, гражданские и «потребительские» активности. Предпосылки сетевого и гражданского участия в цифровом пространстве весьма схожи с традиционными формами, такими как протестная активность и институционализированное участие.

Цифровые сетевые коммуникации усиливают творческие, экспрессивные и индивидуализированные способы действий, расширяя общий репертуар политического участия. Цифровые сетевые формы политического участия создают новые и отличные возможности для самовыражения. Политическое участие расширяется, коренным образом меняя способы проявления активной гражданской позиции. Граждане с разными активистскими и возрастными профилями могут комбинировать различные способы или формы в своем репертуаре политического участия. При этом институционализированные способы политического участия вызывают неприятие граждан, замещаясь новыми цифровыми формами [528]. Политическое участие постоянно расширяется за счет распространения новых форм Интернет-активности граждан. Политическое участие включает в себя разнообразные цифровые действия, такие как голосование в сетях, публикация твитов, подписание петиций, изменение профиля пользователя, вхождение в сообщество, участие во флешмобах, пожертвование денег и др. [233].

Эффективные коллективные действия традиционно обеспечивались формальными и иерархическими институтами, регулирующими механизмы

членства и лидерства. Интернет изменил динамику политической организации и координации, меняя логику коллективных действий. Структура традиционных организаций социальных движений изменилась от иерархических институциональных форм к гибким, горизонтальным или гибридным. В целом Интернет преобразовал политическое действие и устоявшиеся механизмы организации, коммуникации и мобилизации социальных движений. Снижение издержек позволило быстрее и шире распространять информацию и взаимодействовать с большим количеством участников и многими сообществами. Интернет кардинально изменил возможности традиционной протестной мобилизации, снизив стоимость участия и упразднив необходимость совместного присутствия. Минимизация затрат времени, усилий на создание и распространение контента участниками привело к формированию новой модели мобилизации, которая отличается быстротой организации коллективных действий.

Я. Теохарис классифицирует основные изменения в динамике протеста, связанные с Интернетом, как 1) изменения в политической мобилизации; 2) изменения в организации и координации протеста; 3) изменения в распространении информации и политических дискуссиях. Онлайн-платформы используются как для продвижения определенного дискурса между активистами, организациями, средствами массовой информации и общественностью, так и для поддержания мобилизации движений. В современных социальных движениях активация личных сетей является основным мобилизующим действием и может иметь умножающий эффект, который трансформирует масштаб и форму [580].

Концепция социальной физики американского исследователя Алекса Пентленда рассматривает математически измеряемые связи между информационными потоками и общественным поведением. Идеи распространяются среди людей через механизм социального обучения, формируя институциональные нормы и способствуя креативной производительности каждого общества, города, компании, организации и сообщества. Продвигаемые между людьми идеи обнаруживаются в потоках сообщений мобильной связи и социальных сетей. Распространение, сочетание и столкновение новых идей стимулирует изменения в общественном поведении и порождает социальные инновации [214].

Если традиционная физика изучает преобразование энергии в кинетические изменения, то социальная физика рассматривает влияние информационных потоков на поведенческие изменения. Математические модели распространения идей в потоках сообщений социальных медиа обнаруживают сильные эффекты информационного влияния в определенных социальных группах сети, провоцируя стадное поведение в следовании единой стратегии. Сформированные социальные

сети препятствуют распространению новых стратегий поведения. Социальная физика рассматривает общество как образованную при взаимодействии индивидов социальную сеть. Распространение идей и закрепление моделей поведения происходит в процессе социального обучения под общественным давлением. Течение информационных потоков обуславливается структурами социальных сетей, силой социального влияния и индивидуальным восприятием идей. Вовлечение в социальную сеть приводит к усвоению норм поведения сообществ, особенно в которых закрепились идеи на уровне убеждений. Социальные нормы рассматриваются как набор стратегий поведения, обеспечивающий продуктивный результат взаимодействия.

Нормы обычно возникают в процессе социального обучения и распространяются посредством социального давления. Социальное обучение состоит в освоении посредством наблюдения стратегий поведения, учитывающих существующий контекст, возможные действия и предполагаемый результат, а также в присвоении новых идей на основе приобретенного опыта. Стимулы социальной сети вызывают изменения в алгоритмах взаимодействия индивидов в сообществах. Стратегия представляет собой проекцию возможных действий в определенной ситуации достижения желаемого результата. Распространение потоков идей и ролевых моделей в социальной сети происходит подобно пандемии, в которой значение имеет контагиозность вируса и восприимчивость населения при активном взаимодействии.

Сила привлечения в социальную сеть зависит от прямого и позитивного взаимодействия между людьми, происходящего на основе общего доверия и совместных усилий. При взаимодействии в малых группах практика стимулирования участников, применяя наказание или вознаграждение, создает положительный эффект формирования кооперативного поведения. Стимулы, влияющие на связи между людьми в социальных сетях, связей между людьми, нацелены на изменение индивидуального поведения. Социальное давление строится на взаимном обмене, представляющем определенную ценность для участников. Повторение совместных действий в сообществе приводит к установлению отношений сотрудничества. Сетевые стимулы создают социальное давление для формирования социальных связей и кооперативных моделей поведения, учитывающих ценность отношений и интенсивность взаимодействий. Социальное давление побуждает к установлению общих ценностей, норм поведения и стратегий. Сетевые стимулы способны изменять динамику потока идей, которые могут внедрить новые типы поведения.

Социально-физический подход к формированию социальных норм опирается на возможность оказывать влияние на социальную сеть. Социальная физика предусматривает три типа вмешательства в формирование и изменение норм в социальных сетях. *Социальная мобилизация* побуждает людей использовать свои сетевые связи в привлечении участников для решения общественно значимых задач. *Настройка социальной сети* создает необходимое разнообразие идей при плотных связях для принятия взвешенных решений, избегая казуса «мудрости толпы» и эффекта эхо-камеры. Взаимодействие с другими сообществами позволяет находить новые идеи за пределами устоявших контактов. *Устойчивость* обеспечивает стабильность социальных систем, которые при этом должны быть адаптивны и способны к новой конфигурации, используя интегрированные данные из официальных и нетрадиционных источников информации [97].

Концепция политических сетей публичного управления российского политолога Леонида Сморгунова исходит из трансформации функций государства под влиянием цифровых коммуникаций, формирующей сетевой формат общественных отношений. Исследователи отмечают нарастание сложности и подвижности современных систем государственного управления от бюрократической модели с административной иерархией к менеджерской модели с принципами рыночной координации при учете изменения условий, ресурсов и интересов акторов [405]. Расширение доступности социальных сетей открыло возможности как расширения политического участия граждан в целом, так и проведения политической мобилизации в частности.

Внедрение технологии Web 2.0 в Интернет-коммуникации привело к большей открытости, интерактивности и интенсивности общения пользователей в социальных медиа, создавая условия для организации совместных действий. Социальные медиа стали частью многоуровневой системы политического управления, в которой политическая мобилизация происходит в институциональных рамках и через сетевые механизмы. В современных условиях публичная политика осуществляется без четкого разделения между государственными и частными акторами, управляющими и управляемыми, предполагая участие многих субъектов в принятии государственных решений. Для реализации стратегий политические акторы используют мобилизацию в социальных сетях при выработке политики.

Интернет-коммуникации открыли широкие возможности в создании инновационной сетевой инфраструктуры, которая используется для политической социализации пользователей, продвижения повестки дня и мобилизации сторонников. Политические акторы используют коммуникационные и гуманитарные технологии для агрегации сторонников в социальных сетях, образуя

пространство публичного взаимодействия. В концепции социальные сети выступают мобилизационным ресурсом, позволяющим формировать повестку дня, управлять общественным мнением и организовывать взаимодействия индивидов. В таких условиях государство использует социальные медиа для повышения управляемости общества. При повышении значения самоорганизации сообществ в цифровом пространстве коммуникаций возрастает интенсивность отношений между государственными и общественными институтами. Политические сети могут улучшить управляемость в обществе, способствуя повышению легитимности и ответственности власти. При этом реализация функций вовлечения в публичные обсуждения и координации публичных действий в социальных медиа позволяет проводить политическую мобилизацию государственными, коммерческими и гражданскими структурами [102].

Л.В. Сморгунوف исследовал трансформацию политических партий из массовых в сетевые структуры под влиянием цифровых коммуникаций. Традиционно организационная структура политических партий строится из ядра, активистов и сторонников. Интернет-коммуникации расширили возможности сетевой организации политических партий, позволяя широко и быстро организовывать взаимодействие в целях политической мобилизации. Расширение использования сетевых ресурсов цифровых коммуникаций ведет к образованию киберпартий, которые организуются по принципу горизонтального взаимодействия, персонификации и визуализации. Если раньше политическая мобилизация проводилась посредством рекрутирования сторонников централизованной структурой, предусматривающей партийное членство, то сейчас ее замещает сетевая организация без формального фиксирования сторонников, настроенная на прямое взаимодействие с гражданами [404].

Концепция политического управления Интернет-коммуникациями российского политолога Сергея Володенкова обосновывает возрастающее значение информационных технологий на мировой арене. Цифровые коммуникации стали средством глобального управления в интересах группы западных стран во главе с США. Управление миром реализуется через установление доминирования дискурса либеральной демократии в медийном пространстве и информационные агрессии на суверенные страны. Интернет-технологии стали информационным оружием, а отношения между центрами силы приобрели характер информационного противоборства в национальных сегментах медийного пространства.

Интернет-технологии также превратились в инструмент формирования в общественном сознании альтернативной картины мира, применяясь для манипуляции, пропаганды, протестной мобилизации, делегитимации власти и

организации «цветных революций». Интернет-технологий произвели виртуализацию политического пространства, в котором пользователи подвергаются влиянию различных симулякров. Интернет-технологии кардинально изменили способы информационного воздействия на массовую аудиторию. Вертикальные каналы односторонней коммуникации с множеством разрозненных потребителей информации сменились горизонтальными каналами взаимодействия между Интернет-пользователями. Горизонтальные каналы связи позволяют формировать сообщества в Интернет-пространстве, которое обладает широкими возможностями мобилизации и создания своей реальности.

Цифровые коммуникации, обладающие свойствами мультимедийности, интерактивности и экстерриториальности, обеспечивают современное политическое управление, которое производится посредством создания и продвижения ценностей, символов и смыслов в общественном сознании. В Интернет-пространстве на основе горизонтальных связей сетевых акторов и сообществ образуются новые способы воздействия на общественное сознание. Развитие Интернет-технологий расширило мобилизационные возможности социальных медиа для взаимодействия представителей гражданского общества и государственных институтов, а также организации общественного давления на органы власти, подвергаемые десакрализации и делегитимации.

Современное политическое управление предполагает применение мобилизационных форм и решений власти для достижения поставленных или вынужденных целей. Интернет-пространство предоставляет большие мобилизационные возможности по сравнению с традиционными медиа. Интернет-технологии обеспечивают высокий мобилизационный потенциал за счет сетевых сообществ, формируемых при взаимодействии пользователей на основе коммуникационных связей. Эффективность политической мобилизации в Интернет-пространстве обеспечивает оперативность передачи информации посредством мобильных средств коммуникации. Социальные сети Интернет-пространства задействованы в политическом управлении для формирования объединяющих смыслов и мобилизации сторонников посредством генерации и распространения контента среди пользователей. Горизонтальное коммуникационное взаимодействие позволяет оперативно наращивать потенциал общественной активности, что может оказать влияние на политическую ситуацию в офлайн-пространстве.

Политическая мобилизация активных пользователей позволяет переносить совместные протестные действия из онлайн-пространства в офлайн-пространство. Мобилизация сторонников в онлайн-пространстве для участия в протестных действиях в офлайн-пространстве производится в различных форматах

стимулирования общественности посредством распространения контента с символикой и слоганами, агитационными плакатами, демотиваторами, пропагандистскими видеороликами. Высокий потенциал политической мобилизации сетевых ресурсов Интернет-коммуникаций, прежде всего платформ социальных медиа, задействован в организации локальных оппозиционных акций и масштабных «цветных революций», создавая возможности для оперативной мобилизации протестных сообществ в определенное время и условленном месте [38].

Концепция эффектов манипулирования поисковой системой (SEME) американских исследователей Роберта Эпштейна и Рональда Робертсона раскрывает негативные стороны расширения влияния цифровых коммуникаций, что сказывается на электоральной мобилизации. Согласно концепции, цифровые платформы поиска информации по запросам пользователей премодерируют выдачу. Результаты поиска информации в Интернете оказывают значительное влияние на выбор пользователей, которые склонны доверять и выбирать информацию высоким местом на странице, как более релевантную. Рандомизированные эксперименты исследователей показали, что верхние пункты поисковой выдачи информации ведут на страницы, которые явно отдают предпочтение одному из претендентов будь то политическая партия или кандидат [281].

Ранжирование информации сильно воздействует на мнения неопределившихся избирателей, так как людям свойственно открывать только первые ссылки. Высокий уровень доверия к поисковой системе Google при отсутствии конкуренции создает уникальную возможность воздействовать на выбор избирателя. Предвзятые результаты поиска сильно влияют на мнения и голоса неопределившихся избирателей. В результате экспериментов на выборах в ряде стран исследователи выявили, что настраиваемый поисковый рейтинг может изменить предпочтения более 20% неопределившихся избирателей, сдвиг может быть намного выше в определенных демографических группах и модерация поисковой выгрузки маскируется под релевантную информацию, чтобы пользователи не осознавали манипулятивное воздействие [498].

На многих избирательных кампаниях в странах мира победитель выигрывает с небольшим отрывом от соперников, поэтому мобилизация избирателей посредством цифровых поисковых систем сильно влияет на итоги значительного числа выборов. Поскольку внимание избирателей быстро смещается в сторону Интернета и от традиционных источников информации, потенциальное влияние рейтинга в поисковых системах на предпочтения избирателей со временем неизбежно будет расти, как и влияние корпораций, которые управляют рейтингами

поиска информации. Сдвиг предпочтений избирателей под влиянием модерации поисковой системы информации посредством алгоритмов, вводимых создателями цифровых платформ, оказался весьма значимым открытием поведенческих эффектов.

Дифференцированное подавление негативных предложений в отношении предпочтительного кандидата оказывается мощным способом манипулирования поиском из-за явления, называемого «предвзятость к негативности»: отрицательные стимулы привлекают гораздо больше внимания, чем нейтральные или положительные стимулы. Контролируя уровни возбуждения и частоту слов в поисковых предложениях, исследователи через эксперименты показывают, что один отрицательный элемент в списке поисковых предложений обычно привлекает в 15 раз больше кликов, чем нейтральные или положительные предложения. Со временем дифференцированное подавление негативов для одного кандидата, которого поддерживает поисковая цифровая платформа, может побудить миллионы людей просматривать положительную информацию об этом кандидате, а также побудить миллионы людей просмотреть негативную информацию о сопернике. Поисковые подсказки Google с «автозаполнением» могут превратить разделение 50/50 среди неопределившихся избирателей в разделение 90/10 без ведома людей. Все больше данных свидетельствует о том, что Google манипулирует мышлением и поведением людей с самого первого символа, который люди вводят в окно поиска.

Кроме того, исследователи выявляют манипулятивную технологию подгонки поисковых предложений с целью подтолкнуть людей к положительным или отрицательным веб-страницам, чтобы изменить общественное мнение. Эта новая форма манипуляции называется эффектом предложения поиска (SSE), которая может вместе с SEME обеспечивать синергетическое воздействие. Исследование SSE предполагает, чем больше поисковых подсказок показывается, тем меньше влияние отрицательного предложения, сводя к минимуму вероятность того, что люди проигнорируют предложения поиска и введут свой собственный поисковый запрос. Система максимизирует контроль над поисковыми запросами людей, убедившись, что они нажимают на одно из рекомендуемых предложений [497].

Последующие исследования значительно расширили понимание эффекта SEME. Манипулирование выдачей информации может кардинально изменить мнение людей, которые не уверены почти в чем-либо – глобальном потеплении, сексуальной ориентации, гидроразрыве пласта, – а не только в предпочтениях при голосовании. Когда несколько поисков по одной и той же теме неоднократно приводят к одинаково предвзятым результатам поиска, дополнительные поиски действительно усиливают влияние SEME [156]. По мнению исследователей, в

онлайн-среде доминирует ограниченный круг игроков, которые имеют в своем распоряжении беспрецедентные в истории человечества средства манипулирования и контроля. В обозримом будущем технологии будут значительно опережать правовое регулирование цифровых коммуникаций. Управляя цифровыми коммуникациями, «технологические элиты» смогут контролировать государственную политику без ведома людей и манипулировать общественным выбором [660].

Концепция психологического таргетирования американских исследователей Михаила Косински и Сандры Мац основана на прикладных исследованиях с использованием больших данных, которые выявили эффективные способы индивидуального стимулирования действий и максимизации вовлеченности на платформах социальных медиа. Концепция основывается на опыте применения консалтинговой компанией Cambridge Analytica психометрических методов политической мобилизации граждан в цифровой среде в ходе избирательных кампаний. Цифровая трансформация переопределила механизмы и технологии политической мобилизации. Если традиционные методы мобилизации опирались на широкие идеологические нарративы, то современные информационные технологии смещают методы мобилизации к микромаркетингу, основанному на прогнозировании индивидуального поведения пользователей социальных сетей.

Технология таргетирования заключается в выявлении алгоритмов прогнозирования психологических черт через цифровые следы. В ряде политических кампаний психологическое таргетирование стало инструментом формирования «точной мобилизации». М. Косински исходит из психометрии цифровых следов пользователей социальных сетей. Лайки и ретвиты пользователей на платформах социальных медиа позволяют предсказать личностные черты точнее опросных методик. Психометрия по цифровым следам легла в основу технологии OCEAN-таргетирования, в котором политические сообщения адаптируются под когнитивные стили, ценности и поведенческие триггеры каждого пользователя социальных медиа. Технология определения психологического портрета индивида OCEAN посредством больших данных включает характеристики открытости (Openness), добросовестности (Conscientiousness), экстраверсии (Extraversion), доброжелательности (Agreeableness) и нейротизма (Neuroticism). Цифровая психометрия трансформирует стратегии вовлечения избирателей, способствуя переходу политических технологий от массовой пропаганды к гиперперсонализированному воздействию [524].

Персонализация информационного воздействия в социальных сетях цифровых коммуникаций создает «эффект зеркала». Например, избиратель с

определенным психотипом и политическими предпочтениями в ходе предвыборной кампании получает адресные сообщения, усиливающие идейные убеждения и повышающие мобилизационную готовность. Такая механика цифровой мобилизации использовалась в ряде политических кампаний. Так в ходе референдума о выходе Великобритании из состава ЕС (Brexit) анализ данных 5 миллионов британцев позволил сегментировать аудиторию на «евроскептиков» и «бритопатриотов». Первые получали сообщения, обличающие «брюссельскую бюрократию», а вторые – об утрате государственного суверенитета Великобритании, что в результате привело к росту явки граждан на референдум в ключевых округах. На выборах президента США 2016 года избирателям с консервативными взглядами в социальных сетях транслировались сообщения на тему закона и порядка, а для невротических индивидов о рисках неконтролируемой иммиграции, что сместило фокус предвыборной повестки с макроэкономических проблем к эмоциональным триггерам.

Выявление психологических черт индивидов по цифровым следам пользователей в социальных медиа позволяет эффективно применять методы персонализированного убеждения. Адаптация информационных сообщений в социальных медиа к психологическим характеристикам пользователей способна предопределять действия и предпочтения пользователей. Масштабные эксперименты с психологически адаптированной рекламой, охватившие миллионы пользователей, выявили, что соответствие содержания убеждающих сообщений психологическим характеристикам людей значительно изменило их поведение. Убеждающие сообщения, направленные на большие группы людей, заставляют верить и действовать в соответствии с целями коммуникатора. Адаптация убедительных обращений к психологическим профилям больших групп людей позволяет влиять на их предпочтения и выбор. По мере того, как в режиме реального времени будет собираться больше поведенческих данных, станет возможным поместить стабильные психологические черты людей в ситуационный контекст [540].

В рамках концепции М. Косински на стыке больших данных, алгоритмов и психологии рассматривает возможность использования ресурса «цифрового мобилизационного капитала». Такой капитал возникает из компонентов скорости адаптации сообщений к изменениям в настроениях пользователей, глубины воздействия информации на подсознательные страхи и желания, масштабируемость сетевой аудитории посредством охвата множества персонифицированных сообществ. В отличие от классической мобилизации цифровая мобилизация не требует массовых организаций в виде партий и движений. Их заменяют платформы

социальных медиа, в цифровом пространстве которых пользователи могут взаимодействовать, оставляя цифровые следы и становясь источником больших данных. Применение психологического таргетинга позволяет воздействовать как на индивидуальное поведение, так и поведение социальных групп, адаптируя информацию к психологическим потребностям целевой аудитории.

Концепция цифровой инфраструктуры манипуляций (DIM) американских исследователей медиа Мэтью Крейна и Энтони Надлера раскрывает возможности политической мобилизации посредством информационных и дезинформационных кампаний в онлайн-пространстве. Операторами «машины цифрового влияния» выступают рекламные платформы, создатели сайтов и сервисные посредники, разработавшие системы сбора данных и таргетинга. Цифровая инфраструктура манипуляций включает в себя набор взаимоувязанных технологий наблюдения за пользователями, тестирования распространяемого контента и автоматизированного принятия решений, используемых для повышения эффективности воздействия маркетинговой и политической рекламы. Инфраструктура настроена на выявление уязвимых точек пользователей для информационного воздействия на их поведение. Реклама на основе цифровых данных позволяет политическим акторам сосредоточить внимание на наиболее восприимчивой и ключевой аудиториях.

Технологии и объекты DIM объединяются вокруг трех взаимосвязанных коммуникационных возможностей: 1) использование системы мониторинга действий в сети для определения профилей пользователей; 2) ориентация на индивидуализированную аудиторию посредством адресных сообщений на разные устройства, по различным каналам и в изменяемых контекстах; 3) автоматизация и оптимизация влияния в режиме реального времени на основе поступающих данных пользователей для тестирования и настройки ключевых переменных состава целевой аудитории и содержания рекламных сообщений [666]. Конгломераты рекламных агентств предоставляют услуги, которые используют данные потребителей через инфраструктуру наблюдения. Основными мировыми игроками являются рекламные платформы, такие как Google и Facebook.

Цифровые платформы используют рекламные системы, чтобы влиять на политическое поведение и дискурс сообществ с помощью определения посредством сбора данных когнитивных и психологических уязвимостей индивидов. Манипуляционные кампании проводятся в соответствии с намеченными коммуникационными стратегиями. Дезинформация проводится преднамеренно, чтобы распространять ложные представления в обществе или отдельных социальных группах. Для проведения манипуляционных кампаний создаются вводящие в заблуждение группы, используются фиктивные учетные записи в

социальных сетях, алгоритмы поисковых систем и ботов для искажения информации в ходе онлайн-общения. Цифровые платформы коммуникаций предоставляют инструментарий для влияния на общественность в политических целях в проведении избирательных кампаний, медийном продвижении интересов и информационном давлении на иностранные государства.

Компании, предоставляющие услуги цифровой рекламы, создают инновационные механизмы влияния на пользователей. Цифровые платформы аккумулируют большие данные социальных медиа, веб-сайтов и мобильных приложений для профилирования и таргетинга сообщений. Медийная реклама увязана с множеством поисковых ключевых слов, постов в социальных сетях, спонсируемого контента и нативных форматов, которые ориентированы на определенные аудитории в социальных сетях, мобильных приложениях, веб-сайтах и других каналах. В микротаргетинге контекстная реклама нацелена на максимизацию воздействия и получение желаемого результата поведения пользователей. Индивидуальные профили группируются в адресную публику с помощью различных механизмов таргетинга, которые регулируют как состав аудитории (выбор того, кто видит сообщение), так и размещение рекламы (определение того, когда и где показываются сообщения).

Цифровой медиа-ландшафт позволяет таргетировать с беспрецедентной степенью точности и беспрецедентными масштабами. Системы цифровой рекламы предлагают большое преимущество усилий перед массовой аудиторией печатных и вещательных СМИ. Микротаргетинг позволяет рекламодателям профилировать аудиторию и ориентироваться на восприимчивых пользователей. Микротаргетинг предназначен для распространения контента в социальных сетях, в которых сообщения вызывают быстрые и сильные эмоциональные реакции. Системы цифровой рекламы позволяют проверять эффективность влияния нескольких вариантов рекламы (сплит-тестирование) с различными параметрами аудитории. Технологии сегментирования таргетинга сообщений цифровой рекламы стимулируют усиление общественного участия и генерацию информационного контента [484].

Концепция компьютерной пропаганды американских исследователей медиа Сэмюэла Вулли и Филипа Говарда рассматривает способы использования политическими акторами цифровых инструментов в усилиях по завоеванию и удержанию власти посредством манипулирования общественным мнением [168]. Компьютерная пропаганда состоит из технического и социального компонентов. Как технический феномен компьютерная пропаганда представляет собой совокупность платформ социальных сетей, автономных агентов, алгоритмов и

больших данных. Как социальный феномен пропаганда преднамеренно извращает содержание информации, апеллируя к низменным эмоциям и предрассудкам в обход рационального мышления для достижения целей промоутеров. Отличительными чертами компьютерной пропаганды являются автоматизация, масштабируемость и анонимность. Преимущество компьютерной пропаганды заключается в том, что она позволяет быстро распространять большие объемы контента, чтобы обмануть пользователей, заставив их думать, что сообщения исходят из источников, заслуживающих доверия.

Новые расширенные механизмы пропаганды позволяют создавать и распространять контент, настроенный для индивидуального потребления на основе поведенческих данных пользователей цифровых коммуникаций. Производимая в политических интересах компьютерная пропаганда вводит пользователей в заблуждение, продвигая фейковые новости и информацию, которые создаются и алгоритмически распространяются в социальных сетях. Отличительными чертами компьютерной пропаганды являются автоматизация, масштабируемость и анонимность. Явное преимущество компьютерной пропаганды заключается в том, что она позволяет быстро распространять большие объемы персонализированного контента.

Компьютерная пропаганда обычно включает один или несколько из следующих элементов: боты, которые автоматизируют доставку контента; поддельные учетные записи в социальных сетях, которые требуют определенного человеческого контроля; и нежелательные новости, которые содержат дезинформацию о политике и общественной жизни. Цифровые инструменты, такие как автоматизированные «пользователи» (боты) и алгоритмы (коды принятия решений), позволяют небольшим группам участников транслировать ложную информацию в основные онлайн-среды. Поддельные учетные записи являются ключевыми инструментами для распространения компьютерной пропаганды. Автоматизация и анонимность позволяют широкомасштабно распространять одни политические идеи и подавлять другие. Компьютерная пропаганда обычно требует ботов, которые автоматизируют доставку контента, поддельных учетных записей в социальных сетях, которые практически не нуждаются в контроле со стороны человека, и нежелательных новостей, которые являются дезинформацией о политике и общественной жизни. Внедрение социальных ботов в политические дискуссии онлайн имеет три проблемы: во-первых, влияние перераспределяется от реальных пользователей к программируемым учетным записям; во-вторых, политический диалог становится более поляризованным; в-третьих, распространение дезинформации в сетях расширяется [242].

Социальные боты активно используются политическими субъектами для имитации пользователей сервисов платформ социальных сетей. В политике этих автоматизированных онлайн-участников задействуют в попытках манипулировать общественным мнением. Политизированные социальные боты (политические боты) используются для массового завышения уровня подписчиков политиков на сайтах социальных сетей, чтобы создать ложные впечатления о популярности субъектов. Боты запрограммированы на активное и автоматическое наводнение новостных потоков спамом во время политических кризисов, выборов и конфликтов. Автоматизация активности в виде политических ботов, управляемыми алгоритмами программы, используется в социальных сетях для целенаправленного распространения вводящей в заблуждение информации. Вычислительная пропаганда конкретно определяется как «сбор платформ социальных сетей, автономных агентов и больших данных, которым поручено манипулировать общественным мнением» [592].

Социально ориентированные версии ботов, которые могут быть запрограммированы на то, чтобы выглядеть и действовать как реальные люди на платформах социальных сетей, являются ключевыми инструментами для распространения ложной информации. Боты применяются для масштабирования общения в Интернете. Боты стали популярными инструментами распространения политической пропаганды, так как действуют анонимно в социальных сетях [591]. Политические боты представляют собой автоматизированные учетные записи в социальных сетях, часто созданные для того, чтобы выглядеть и действовать как реальные люди и манипулировать общественным мнением. Создающие ботов программисты часто рассматривают их как прокси политиков. Социальные боты играют ключевую роль в генерации контента и часто используются для имитации реальных пользователей социальных сетей и онлайн-сообществ [243]. Компьютерная пропаганда с использованием политических ботов выходит на максимальные значения интенсивности в ключевые моменты политических кампаний. Сторонники кандидатов в избирательных кампаниях активно используют социальных ботов, чтобы создать у избирателей впечатление масштабной поддержки на низовом уровне и формировать новостную повестку на цифровых платформах [516].

Развивая концепцию компьютерной пропаганды, Ф. Говард раскрывает действие механизмов «машины лжи». Социальные и технические системы в пространстве цифровых коммуникаций порождают и распространяют политическую ложь, подрывая доверие к людям, организациям и институтам. Работа пропагандистских машин лжи направлена на распространение фейковых сообщений

в рамках продвигаемой политической повестки дня. Задействованная система включает множество видов организаций, отдельных лиц с оплачиваемой занятостью, волонтерских ассоциаций и групп по интересам, которые производят и распространяют контент в социальных сетях. Машины лжи представляют собой большие сложные механизмы, состоящие из людей, организаций и алгоритмов социальных сетей, которые продвигают фейковые теории. Манипулируя данными и алгоритмами, машины лжи генерируют несоответствующие фактам объяснения текущих событий [169].

Концепция внешнего информационного давления российского политолога Елены Бродовской изначально основывается на исследованиях информационных потоков методом интеллектуального поиска маркеров Predictor Mining, позволяющем на основе больших данных по цифровым следам выявить характеристики группового сознания и поведения пользователей социальных медиа, диагностируя уровень социального недовольства, протестной активности и конфликтный потенциал. Такой цифровой анализ позволяет организовывать инфраструктуру информационного противодействия в социальных медиа, генерирующую конвенциональные потоки для нивелирования негативного воздействия и демобилизации деструктивной деятельности [273].

Внешнее информационное давление проявляется в интенсивном применении медийных технологий, направленных на политическую дестабилизацию и общественную дезинтеграцию посредством провоцирования общественных конфликтов и неконвенциональной активности [274]. Сохранение государственного суверенитета, политической консолидации и общественного единства требует преодоления вызовов, исходящих из коммуникационного пространства социальных медиа [269]. В условиях информационного противоборства возникает необходимость формирования конструктивных потоков сообщений в пространстве социальных медиа [277]. Внешнее информационное давление на пользователей в социальных медиа проявляется в противоборстве идентичностей и дискурсов, которые образуются в коэволюции с социальной действительностью. Факторы этнической многосоставности, географической удаленности, исторической памяти жителей регионов-мишеней рассматриваются организаторами внешнего информационного давления как уязвимые точки для приложения усилий при реализации конфликтогенных сценариев [270].

Концепция внешнего информационного давления исходит из политической ситуации нарастания геополитического противоборства в условиях переустройства мирового порядка. Информационные потоки в социальных медиа, протекающие или управляемые извне, навязывают российскому обществу деструктивные

дискурсы, провоцирующие общественное недовольство и протестные выступления. В концепции внешние акторы, исходя из своего интереса мирового доминирования, осуществляют адресное воздействие на уязвимые социальные группы (молодежь, этносы и меньшинства) и используют политическую оппозицию, чтобы «взорвать общество» изнутри. Кроме того, объектами внешнего информационного давления являются регионы-мишени, обладающие рядом географических, исторических, культурных и этнических особенностей.

Внешнее информационное давление исследователи определяют, как систематическое воздействие манипулятивного характера, которое исходит от зарубежных социальных сетей, публичных изданий, аналитических центров, лидеров общественного мнения и представителей экспертного сообщества. Для анализа информационных потоков в социальных медиа используются показатели объема контента и частоты касаний, а также характеристики содержания дискурса, сетевой инфраструктуры и техник манипулирования. Цифровыми маркерами определения сетевой инфраструктуры внешнего информационного давления выступают модальность, тематика, семантика и таргетинг сообщений лидеров общественного мнения и онлайн-сообществ, использующих манипулятивные приемы [275].

В условиях проведения Россией специальной военной операции (далее – СВО) на Украине значительно возросло внешнее информационно-психологическое давление на пользователей российского сегмента социальных медиа. Такое воздействие создает угрозы национальной безопасности, так как направлено на провоцирование деструктивных процессов, деконсолидацию российского общества, ослабление государственного суверенитета, делегитимацию политических институтов, замещение традиционных ценностей, размывание национальной идентичности и создание региональных очагов нестабильности. Организованное внешними факторами информационное давление является наряду с боевыми действиями неотъемлемой частью гибридной войны, которая разворачивается в ходе противоборства России с «коллективным Западом», вызванного процессами переустройства мирового порядка.

Давление извне нагнетается при модерации извне информационных потоков в социальных медиа, воздействующих на общественное сознание посредством приемов дезинформации и манипулирования, формирования установок и навязывания ценностей. Внешнее информационное давление с использованием современных коммуникаций предполагает адресное воздействие на социальные «группы риска» и «регионы-мишени». Ключевыми акторами генерации в социальных сетях информационных потоков с деструктивным содержанием

контента выступают иностранные медиаресурсы. Внешнее информационное давление происходит посредством внедрения в социальные сети аккаунтов-ботов, модерирования комментарийной активности и формирования «подрывных» онлайн-сообществ [279]. Для определения силы внешнего информационного давления и лимитирования общественно-политических угроз исследователи используют алгоритмы идентификации деструктивного контента, распространяемого в российском сегменте социальных медиа [265].

Концепция цифрового колониализма американского исследователя коммуникаций Майкла Квета переосмысливает доминирование США в информационных технологиях, прежде всего, в странах «глобального юга». Правящий класс США использует цифровое технологическое превосходство для создания новой формы колониализма, который насаждается американскими транснациональными корпорациями, осуществляющими имперский контроль на архитектурном уровне цифровой экосистемы: программное обеспечение, техническое оборудование и сетевое подключение. Цифровой колониализм в целом определяется как использование цифровых технологий для политического, экономического и социального контроля над чужой территорией или нацией. Контроль над цифровой экосистемой выступает источником власти, а формами господства являются большие данные, облачные системы, медийные платформы, программное обеспечение и меры контроля над Интернетом.

Политический патронаж США и технологическое превосходство цифровых корпораций приводит к пяти взаимосвязанным формам гегемонии: экономического господства, имперского контроля, глобального надзорного капитализма и имперского государственного надзора. Во-первых, монопольная власть корпораций используется для добычи ресурсов через аренду и надзор, что представляет собой новую форму экономического господства. Во-вторых, технологические корпорации, контролируя цифровую экосистему, получают власть над политической, экономической и культурной областями жизни населения, что является новой формой имперского контроля. В-третьих, технологии сбора больших данных о действиях пользователей нарушают неприкосновенность частной жизни, концентрируя экономическую власть в руках американских корпораций, что формирует систему глобального капитализма слежки. В-четвертых, в качестве элемента капитализма наблюдения спецслужбы сотрудничают со своими собственными корпорациями для проведения массового и целенаправленного наблюдения на глобальном юге, что усиливает имперскую государственную слежку. И в-пятых, американская элита убедила большинство людей в том, что общество

должно действовать в соответствии со своими собственными концепциями правящего класса цифрового мира, закладывая основу для технической гегемонии.

Указанные особенности показывают, что цифровой колониализм является как структурным, так и концептуальным элементом глобального превосходства. США осуществляет гегемонию над глобальным обществом посредством транснациональных корпораций, которые доминируют в большинстве отраслей и функций цифровой экосистемы, включая поисковые системы (Google); веб-браузеры (Google Chrome); операционные системы для смартфонов и планшетов (Google Android, Apple iOS); операционные системы для компьютеров и ноутбуков (Microsoft Windows, macOS); компьютерные чипы (Intel, AMD, Nvidia); офисное ПО (Microsoft Office, Google Workspace); облачная инфраструктура и сервисы (Amazon, Microsoft, Google); платформы социальных сетей (Facebook, Twitter); потоковое развлечение (YouTube, Netflix, Hulu) и Интернет-реклама (Google, Facebook) [526].

М. Квет по аналогии борьбы с колониализмом в прошлом веке продвигает стратегию цифрового освобождения посредством организации движения «народные технологии для власти народа». Для деколонизации требуется перепроектирование технологий для коллективного контроля на основе принципа социальной справедливости посредством децентрализации системы Интернета и внедрения свободного программного обеспечения. Модель People's Tech предполагает цифровую экосистему, поддерживаемую социалистическими правовыми решениями, критическим образованием, массовыми движениями и демократией снизу-вверх. Открытые технологии для демократической власти в сочетании с образованием, массовыми движениями и творческим законодательством предоставляют практические решения для противодействия быстро развивающейся границе цифровой империи. Инфраструктура Интернета должна находиться в демократической собственности местных и международных сообществ, а национальные законы о конфиденциальности должны запретить массовое наблюдение за пользователями [525]. Таким образом, цифровой колониализм трансформирует политическую мобилизацию, создавая парадоксальное положение в расширении доступности цифровых коммуникаций: технологические платформы дают новые возможности для самоорганизации, но одновременно усиливают внешний контроль.

Концепция надзорного капитализма американского политолога Шюшаны Зубофф рассматривает доминирующие формы управления современного информационного общества. Согласно концепции, за общественной риторикой открытого Интернета, доступности и подключенности скрываются рыночные цели цифровых компаний, которого превращают контролируемых людей в средство

получения прибыли. Интернет-компании создают реальную угрозу неприкосновенности личной жизни, так как цифровые коммуникации стали воплощением надзора за пользователями. Асимметрия знания и власти Интернет-компаний ведет к упразднению базовых прав личности, которые подвергаются экспроприации и утилизации посредством внедрения цифровых форм социального контроля за поведением граждан. Оцифровка личных профилей и отношений между пользователями в социальных медиа позволяет активировать и формировать заданное поведение, мобилизуя для совместных действий множество людей [244]. Концепция надзорного капитализма Ш. Зубофф раскрывает механизмы извлечения прибыли через контроль поведенческих данных пользователей цифровыми коммуникациями, формируя новую экономическую и социальную реальность.

Логика надзорного капитализма перестраивает стратегии коллективного действия, трансформируя ресурсы, каналы коммуникации и властные отношения. Владельцы компаний пользуются привилегированным доступом к данным о действиях пользователей для воздействия на поведение каждого отдельного человека. При этом т. н. надзорные капиталисты, используя фреймы расширения возможностей человека с помощью сетей социальных медиа, позиционируют себя как правозащитники и освободители. Продукты и услуги надзорного капитализма являются «крючками», которые заманивают пользователей в операции по изъятию данных, отфильтровывая и упаковывая личный опыт как средство для достижения коммерческих и политических целей. Люди выступают основным источником прибыли надзорного капитализма, которые стали объектами сложной технологической обработки по добыче сырья. Тогда как клиентами надзорного капитализма выступают коммерческие предприятия и организации рынка будущего поведения, которые получают возможность оказывать информационное влияние на предпочтения граждан.

Надзорный капитализм является беспрецедентной разновидностью капитализма, нацеленного на достижение господства посредством цифровых коммуникаций. Надзор Интернет-компаний над поведением пользователей стал ключевым механизмом получения прибыли от вложенных инвестиций, создав уникальный способ накопления капитала. Императив извлечения прибыли толкает Интернет-компании к расширению масштабов поставок поведенческого излишка, полученного от беспредельного грабежа данных о действиях пользователей и экспроприации человеческого опыта в цифровом пространстве. Социальные сети в глобальном масштабе перепрофилируются в «*архитектуру извлечения*» больших данных и накопления капитала. Автоматизированные машинные процессы не только *познают* поведение людей, но и в широких масштабах *формируют* их

поведение, порождая новый *инструментарный* вид власти. Власть Интернет-компаний, именуемая *инструментаризмом*, включает «*инструментовку и инструментализацию поведения в целях его изменения, прогнозирования, монетизации и контроля*». «Инструментализация», в свою очередь, превращает пользователей в средства для достижения рыночных целей владельцев компаний, замещающих «инженерию душ инженерией поведения» [60].

Политическая мобилизация, рассматриваемая через призму структурных возможностей, ресурсов и коллективных идентичностей, сталкивается с радикальным технологическим переоснащением с расширением влияния на общество цифровых платформ. Компании, управляющие ими, превращают человеческий опыт в сырье для прогнозирования и модификации поведения, монетизируя «поведенческие излишки». Процесс наращивания капитала цифровыми компаниями перекрывает экономические отношения и переопределяет политические, создавая режимы «информационного авторитаризма» и перехватывая управление поведением граждан. Алгоритмическое управление политической мобилизацией пользователей социальных сетей трансформирует общественные процессы. Таргетированная мобилизация преобразует массовую активность в гиперперсонализированные действия, подрывающие основания для проявления солидарности. Обладание данными о локациях и намерениях активистов позволяет купировать протестные действия. Алгоритмы социальных медиа, оптимизированные для вовлечения пользователей, преднамеренно продвигают эмоциональный контент, что приводит к доминированию популистских нарративов.

Цифровые платформы функционируют как «инфраструктуры поведенческого прогнозирования», создавая парадоксальную ситуацию. Они одновременно усиливают технические возможности самоорганизации и подчиняют ее интересам рыночной инструментализации, сводимых к извлечению прибыли и установлению контроля. В контексте политической мобилизации надзорный капитализм как технология создает двойственную динамику. С одной стороны, возникает возможность ускоренной самоорганизации, так как социальные сети снижают транзакционные издержки совместных действий. С другой стороны, происходит кооптация инфраструктуры, когда цифровые платформы посредством алгоритмического контроля настраивают видимость и оценки контента, продвигая либо задвигая общественные движения и сообщества пользователей.

Таким образом, надзорный капитализм переструктурирует способы и технологии политической мобилизации, которая впадает в зависимость от алгоритмического управления сетевыми инфраструктурами платформ социальных медиа. Исходя из этого классические концепции политической мобилизации

должны быть пересмотрены. В концепции ресурсной мобилизации большие данные становятся ключевым активом, определяющим успешность совместных действий. В современной трактовке концепции политических возможностей доступность СМИ заменена на алгоритмическую видимость контента в социальных сетях. Концепция коллективной идентичности должна быть пересмотрена, так как социальные приверженности фрагментируется под влиянием персонализированных экосистем цифровых коммуникаций.

Концепция силового подавления российского политолога Андрея Ахременко, разработанная с соавторами, исходит из инверсионного процесса политической мобилизации в цифровом пространстве. Применение силы властей к участникам несанкционированных акций протеста является триггером, активирующим либо блокирующим более масштабные действия. Подавление используется как информационный повод для бурного обсуждения в социальных сетях. Жесткое подавление протеста вызывает у граждан эмоциональную реакцию негодования действиями режима, провоцируя широкое распространение недовольства в обществе и возрастание оппозиционной активности, приводя к политической мобилизации сторонников. Подавленная полицией акция протеста вовлекает в осуждение большее число пользователей социальных медиа, обеспечивая централизацию структуры и большую плотность коммуникации [255]. Предметное исследование выявило слабое общественное возмущение судебным преследованием участников протестных действий, в отличие от силового подавления уличных акций, которое провоцирует политическую мобилизацию [430].

Согласно концепции, ключевую роль в организации акций протеста играет формирование мобилизационной установки под влиянием социального окружения, идентификации индивида с движением и оценкой риска репрессий. Жесткость репрессий и вероятность подвергнуться силовому воздействию неоднозначно влияет на мотивацию участия в акциях протеста. Большая численность акции снижает вероятность силового подавления протеста и укрепляет уверенность в достижении успеха. Жесткие силовые меры в зависимости от ситуации могут как снижать мотивацию участия из-за рисков санкций, так и повышать мотивацию участия из-за вызванных чувств гнева и несправедливости. Причем мотивация участия индивида в акции протеста повышается, чем больше друзей заявляют о своем участии.

В свою очередь социальные сети укрепляют идентификацию индивидов, выражающих солидарность участникам протестных действий. Большое количество контактов в сети движения усиливает идентификацию. В целом политическая мобилизация в социальных сетях обусловлена мотивацией участия и опасением репрессий в зависимости от сформированности протестных установок, силы

триггерного воздействия, плотности связей между агентами, характера репрессии, эмоциональной выразительности решения. В определенных условиях силовое подавление протеста запускает каскадный процесс политической мобилизации посредством социальных сетей [250]. Наиболее значимым и изменчивым antecedентом участия в протесте в процессе политической мобилизации сторонников в социальных сетях выступает вера в успех, в меньшей степени идентичность и незначительной степени чувство гнева, которое усиливается в случае репрессии и распространения сообщений о несправедливости [252].

Таким образом, рассмотрение содержания набора различных концепций, отражающие механизмы политической мобилизации в цифровой среде, позволяет построить типологизацию, исходя из заданных параметров определения субъекта, цели и средств. В целом ключевыми субъектами политической мобилизации выступают активные индивиды (личности, граждане), сетевые сообщества (группы по интересам, социальные движения), Интернет-компании (цифровые платформы, надзорные капиталисты) и государство (партии власти, контролирующие органы). Исходя из ведущей роли субъекта образуются соответствующие типу концепций четыре поля, отраженные на рисунке 1. Поля ведущих субъектов разграничены на определенные области, исходя из обозначения в концепции наряду с ними других субъектов. В область «а» попадают концепции, которые определяют одного главного субъекта. В области «с» размещены концепции, которые наряду с ведущим субъектом указывают и всех других. В область «b» и «d» попали концепции, указавшие как ведущего, так и смежного субъектов.

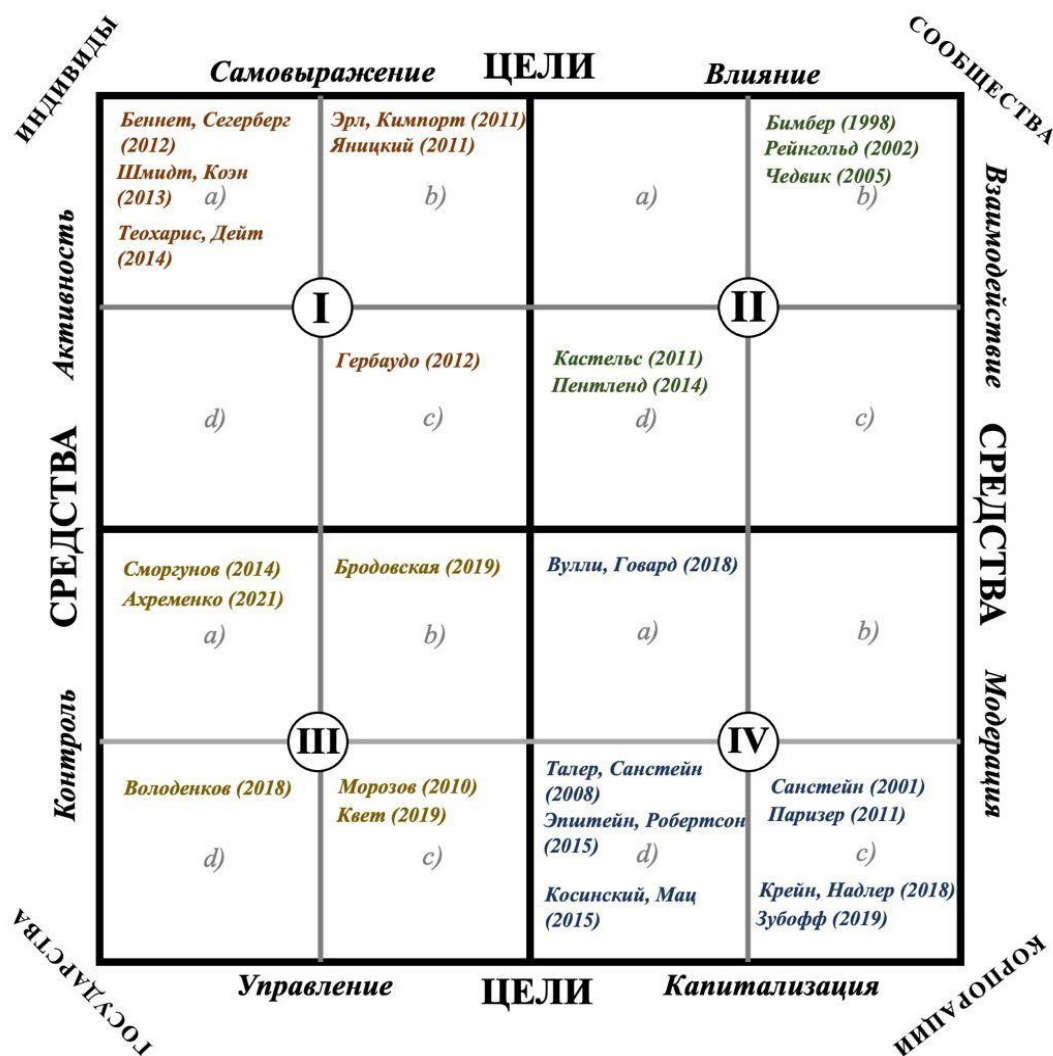
Каждый субъект политической мобилизации имеет свой главный мотив деятельности, который является ключом в определении типа концепции. Исходя из элементов конструкции (субъект, цель и средство) складываются следующие типы концепций политической мобилизации в социальных сетях цифровых коммуникаций:

I – *либеральные концепции* ведущим субъектом признают индивидов, мотивированных ценностью свободы, следующих цели самовыражения, использующих личную активность как средство;

II – *социальные концепции* ведущим субъектом обозначают сообщества (группы, движения), формируемые вокруг взаимных интересов, нацеленные на расширение влияния посредством сетевого взаимодействия;

III – *корпоративные концепции* ведущим субъектом определяют Интернет-компании (цифровые платформы, социальные медиа), мотивированные извлечением прибыли, нацеленные на повышение капитализации, действующие посредством модерации и таргетирования контента;

IV – *этатистские концепции* ведущим субъектом считают государство, политические силы которого мотивированы удержанием либо завоеванием власти, нацеленные на управление обществом посредством контроля.



Источник: составлено автором.

Рисунок 1 – Карта концепций политической мобилизации в пространстве цифровых коммуникаций

В заключение *параграфа 2.1* можно сделать определенные выводы о репрезентации выделенных типов концепций политической мобилизации в цифровом пространстве. Содержание концепций либерального типа в наибольшей степени предопределяется политической конъюнктурой исследований и ценностными пристрастиями исследователей. Идеологический конструкт либеральной демократии стал доктринальной основой создающих интенции политической мобилизации нарративов самовыражения личностей в

модернизированных обществах и «освобождения народов» от авторитарных режимов. Содержание социального типа концепций в наибольшей степени соответствует теоретическим аспектам общественных движений и практическим аспектам организации массовых акций. В центре внимания таких концепций политической мобилизации на интеракции между участниками, формирование сетевой структуры, координация совместных действий, объединяющие факторы эмоций и идентичностей. Содержание концепций корпоративного типа обусловлено как ключевой ролью IT-компаний в создании цифрового мира, так и опасениями скрытой узурпации власти у легальных институтов. Цифровые компании посредством алгоритмов способны мобилизовывать сообщества, манипулируя общественным мнением и информационной повесткой дня, программируя изменения паттерны поведения и подталкивая пользователей к заданным действиям. Содержание концепций этатистского типа сводится к главной роли государства в установлении ограничений для политической мобилизации в цифровом пространстве под воздействием внешнего информационного давления и внутренней протестной активности. Средствами противодействия политическим технологиям дестабилизации видятся в достижении цифрового суверенитета, установлении контроля над цифровым пространством и управлении информационными потоками.

2.2 Мета-анализ исследований политической онлайн-мобилизации

Основоположники мета-анализа Г. Гласс, Б. Макгоу и М. Смит отнесли его к разновидности статистических методов, которые объединяют результаты большой совокупности исследований по определенному аспекту [161]. Агрегация множества профильных исследований позволяет выявить разброс и сходство результатов. Сопоставление результатов различных исследований помогает найти закономерности в результатах при обнаружении взаимосвязей и схожих эффектов. Систематические обзоры в области общественных наук с применением метода мета-анализа используются для определения общей оценки эффекта влияния для совокупности исследований, позволяя обобщить полученные результаты и выявить будущие направления поисков [485]. Мета-анализ посредством объединения и сопоставления результатов исследований помогает установить научно обоснованную практику и разрешить выявленные противоречия в оценках [511]. В современной трактовке метод мета-анализа объединяет как количественные, так и качественные характеристики, ассимилирующие, обобщающие и интегрирующие результаты многих исследований по одному вопросу [339]. Этапы проведения мета-анализа включают определение рассматриваемой области, ограниченной объектом

и предметом исследований, агрегацию массива данных исследований по избранной тематике, кодирование искомых показателей, расчет и интерпретацию выявленных эффектов.

Ранее проведенный мета-анализ зарубежных исследований политической мобилизации в социальных сетях на волне высокого научного интереса к теме после событий «арабской весны», избирательных кампаний Барака Обамы 2008 и 2012 годов в США выявили неоднозначную взаимосвязь. В 80% из совокупности 36 научных публикаций отмечалась, что социальные сети способствуют политическому участию. Однако только половина коэффициентов оказалась статистически значимой, а в случае с избирательными кампаниями метаданные свидетельствовали о минимальном влиянии социальных сетей на политическое участие [471]. В дальнейшем результаты мета-анализа 133 междисциплинарных исследований эффектов использования социальных сетей для политического участия выявляли большее влияние как способ самовыражения и меньшее как канала информации. При этом значимость эффектов ставится в зависимость от существующего контекста [470].

В дальнейшем мета-анализ массива уже из более 300 исследований о взаимосвязи между цифровыми медиа и политическим участием за 20-летний период, охватывающий 50 стран и включающий данные опросов более чем 300 тыс. респондентов, показал более существенные положительные коэффициенты. Повышение коэффициентов объясняется массовым распространением технологий цифровых коммуникаций и изменениями в типах их использования, в частности, расширением аудитории социальных медиа и линейки сервисов для политического участия онлайн. Интернет-сайты стали более интерактивными, создавая большие возможности для взаимодействия пользователей. Увеличение числа специальных цифровых медиа-инструментов открывает еще больше возможностей для различных форм политического участия в цифровом пространстве.

В глобальном масштабе взаимосвязь между использованием цифровых медиа и политическим участием со временем усиливается. При этом сравнение показателей между странами не выявило значительных различий цифровых эффектов. Между тем в исследованиях становится более выраженным положение, что цифровые коммуникации открывают возможности для отслеживания действий пользователей, установления социального контроля и применения политического манипулирования. В общественных изменениях под влиянием цифровых коммуникаций необходимо учитывать как положительные, так и отрицательные последствия онлайн-мобилизации [472]. Цифровая трансформация массовых

коммуникаций не только открыла возможности, но и создала риски для проведения политической мобилизации и организации совместных действий [387].

Результаты мета-анализа релевантных публикаций

Выделенный в ходе анализа перечень научных публикаций в российских научных журналах, индексируемых в ядре Российского индекса научного цитирования (ядро РИНЦ), а также входящих в список ВАК, был уточнен, исходя из соответствия предмету исследования и качеству источника публикации. В итоговую выборку попали 210 наиболее релевантных теме исследования научных статей отечественных авторов, опубликованных в период с 2010 по 2023 год. В совокупности исследований абсолютное большинство составили публикации в высокорейтинговых журналах, входящих в ядро Российского индекса научного цитирования (далее – РИНЦ). Остальная часть научных статей, в высокой степени релевантных тематике исследования, была опубликована в журналах ВАК.

В качестве переменных мета-анализа выбраны год выхода публикации, объект, предмет и результат проведенных исследований, а также эффект влияния цифровых коммуникаций на политическую мобилизацию. Обозначение года публикации научной статьи позволяет проследить динамику интереса к исследуемой теме, соотнеся с происходящими политическими событиями в России и глобальном мире. Указание объекта и предмета исследования помогает определить доминирующие ракурсы и аспект рассмотрения темы. Обозначение метода исследования позволяет выявить способы получения новых знаний в рамках общей тематики. Определение эффектов помогает оценить силу коммуникативного воздействия определенных факторов на общественные процессы.

Наибольший массив материалов был опубликован за последние 5 лет в период с 2018 по 2021 год. Высокий научный резонанс вызвали гражданские акции молодежи в российских мегаполисах, гражданские экологические акции в Архангельской области и Республике Башкортостан, политические акции в Хабаровском крае, а также ряд зарубежных кейсов, включающих массовые протесты в Беларуси, Казахстане, Киргизии и Молдавии. По результатам проведенного анализа можно утверждать о том, что российские исследователи в последние годы активно работают над изучением текущей общественно-политической повестки, оперативно реагируют на актуальные события в сфере гражданской и политической активности граждан. В более раннем периоде с 2010 по 2017 год интерес к данной теме был значительно ограничен, а реакция академического сообщества на актуальные события довольно замедленной, несмотря на наличие ярких исследовательских кейсов как в России, так и в странах ближнего зарубежья.

Распределение совокупного количества статей по годам, попавших в итоговую выборку, свидетельствует о кратном увеличении интереса российских исследователей к теме мобилизации протеста в цифровом пространстве за последнее десятилетие. В текущих условиях подобная тематика становится своеобразным научным мейнстримом среди российских специалистов, что полностью соответствует мировым научным трендам. Представленное распределение доказывает также значимость эмпирических исследований, привязанных к конкретным актуальным кейсам цифровизации и сетевизации протеста на постсоветском пространстве. В частности, первоначальная волна научных исследований и публикаций по данной теме связана в большей части с реакцией на протестное движение в России 2011–2012 годов и события на Украине («Евромайдан») 2013–2014 годов. После некоторого перерыва актуальность приобретают антикоррупционные протесты в России в 2017–2018 годах. Своего пика исследования достигают в 2020–2021 годах и связаны с массовыми протестами в Беларуси. Фиксируется значительное увеличение количества российских исследователей, занимающихся данной проблематикой, а также их адаптация к событиям и явлениям общественной жизни, обусловленные в том числе большими эвристическими возможностями, развитием собственных методов и инструментов эмпирических исследований, приобщением к наиболее современным форматам исследовательской работы и разработкой эффективных авторских практик. Современные исследования политической мобилизации в социальных сетях цифровых коммуникаций проводятся в более оперативном режиме и отличаются большим прикладным содержанием полученных результатов.

На текущем этапе можно утверждать о некотором спаде научного интереса к исследованиям протестной активности. С 2022 года отчетливо фиксируется падение общего числа публикаций по данной теме. Указанное распределение представлено на рисунке 2. Во многом это обусловлено сокращением числа крупных протестных акций, изменением подхода государственных институтов к регулированию гражданской активности в период проведения специальной военной операции, введением новых ограничительных мер, направленных на повышение общественно-политической стабильности, в том числе касающиеся пространства цифровых коммуникаций, составляющего значительную долю исследований. Практика использования цифровых инструментов (в первую очередь, социальных медиа) в организации, координации, мобилизации гражданских активистов и протестующих является центральным объектом исследования в большинстве проанализированных научных работ (59%). Еще более четверти (27%) научных статей посвящены конкретно протестным действиям и протестному поведению. В незначительных

частях научных работ рассматриваются конкретные аспекты гражданской активности: социальным движениям (5%), экологическим акциям (4%), «женскому» активизму (1%), иным направлениям (4%). В 2023 году все статьи по тематике были сконцентрированы на развитии цифровых форм протестной активности и мобилизации протеста в новых медиа. Таким образом, основным объектом исследований является именно протестная активность, выражающаяся преимущественно в цифровом пространстве и с использованием современных социальных медиа.



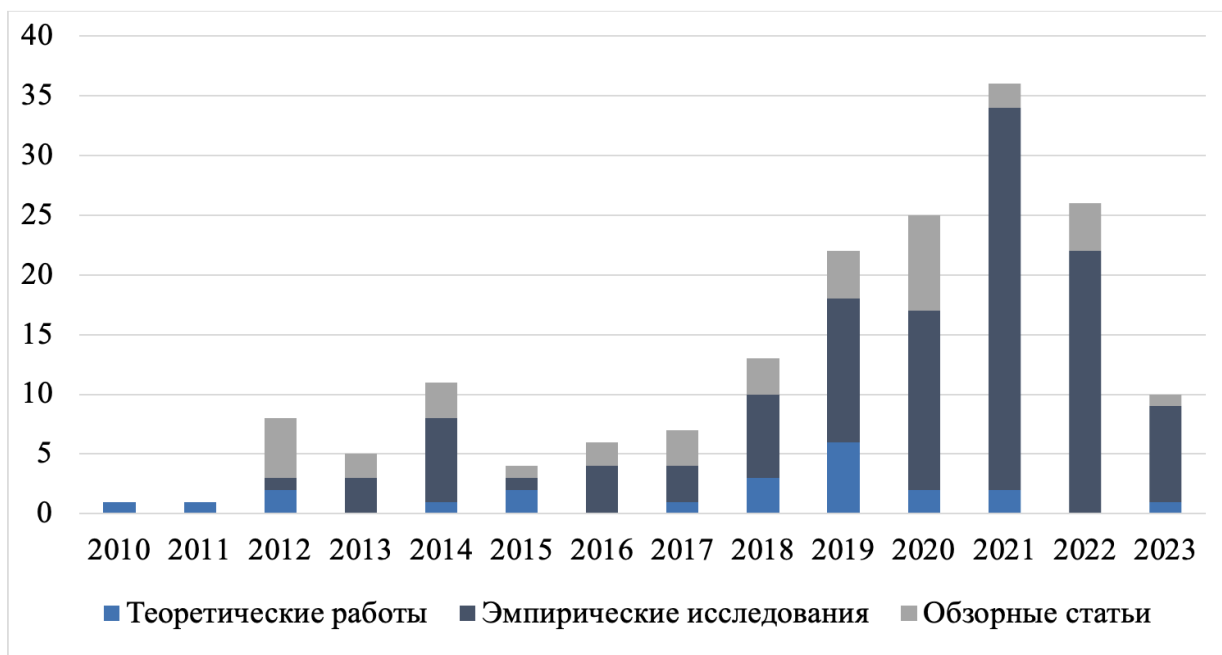
Источник: составлено автором.

Рисунок 2 — Распределение научных статей по объекту исследования и годам публикации (2010–2023 гг., количество статей)

Обращает на себя внимание факт увеличения доли авторских эмпирических исследований за последние несколько лет в проанализированных материалах. Отечественные ученые все чаще применяют в своих работах методы киберметрического и сетевого анализа, дополняя линейку устоявшихся методов традиционной социологии (опросы, фокус-группы, глубинные интервью и проч.). Заметно чаще используются также методы анализа текстов и дискурсов в цифровых документах. По мере усиления интереса российских исследователей к изучению социальных медиа как пространства артикуляции протестных настроений и мобилизации протестной активности увеличивается доступность эмпирических материалов и возможность применять современные методики сбора и обработки информации, в том числе с использованием автоматизированных сервисов, мониторинговых инструментов и специального программного обеспечения. Методы математического моделирования в настоящее время представлены в незначительной

части работ и репрезентированы несколькими научными группами, преимущественно занимающимися цифровыми исследованиями. При этом многие авторы в последние годы прибегают к использованию авторских методологии, методик и инструментария, что характеризует профессиональный рост отечественных исследований по данной теме и высокую погруженность авторов в политический контекст. Данные представлены на рисунке 3.

Указанные обстоятельства приводят к качественному повышению научного уровня подобных исследований и их практической ценности. В совокупном объеме проанализированных научных трудов результаты эмпирических исследований представлены в 68% работ, их общая представленность за последние несколько лет увеличилась на треть. В последние несколько лет именно эмпирические статьи составляют абсолютное большинство материалов по исследуемой проблематике. Обзоры современной литературы и обобщения внешних зарубежных и отечественных исследований представлены в 23% статей. Еще около 9% материалов представляют собой сугубо теоретические изыскания авторов, не предусматривающие проведение эмпирических исследований, выполненные в сугубо интерпретаторской исследовательской парадигме.

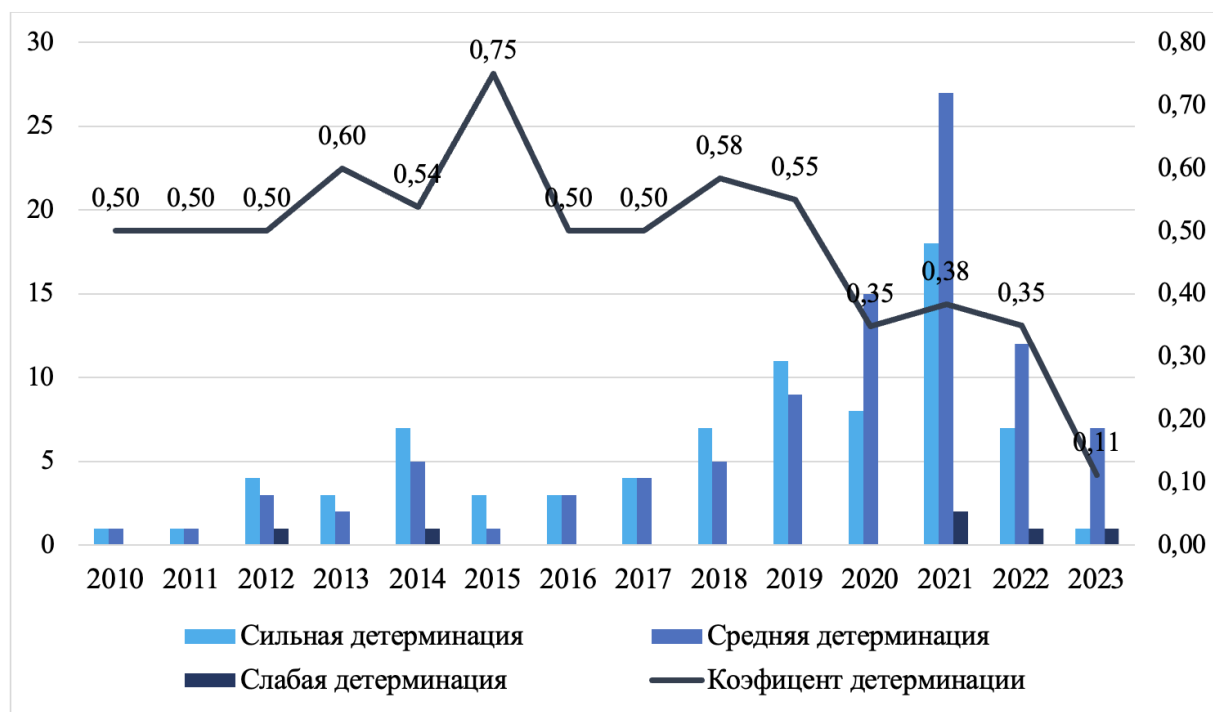


Источник: составлено автором.

Рисунок 3 – Распределение научных статей по стратегии исследования и годам публикации (2010-2023 гг., количество статей)

При количественной оценке содержания отдельных научных трудов обращалось также внимание на авторскую оценку цифровых коммуникаций как мобилизующего инструмента, средства активизации протестной активности, то есть на эффекты, оказываемые социальными медиа и другими цифровыми ресурсами на

протестное поведение граждан. Если на начальном этапе в научных исследованиях преобладал цифровой детерминизм, то есть убежденность в приоритетности фактора социальных медиа и признание их ведущей роли, в последние годы чаще высказываются противоположные позиции, основанные на признании цифрового фактора, но его меньшей приоритетности для осуществления протестной мобилизации и конвертации гражданской активности, относительно других (социально-демографических, экономических, ценностных, средовых и проч.). Такая позиция представлена в 48% релевантных научных статей. Довольно распространенной (47% статей) является сдержанная и сбалансированная позиция, основанная на равном признании факторов как цифровой, так и нецифровой природы. Указанные данные представлены на рисунке 4.



Источник: составлено автором.

Рисунок 4 – Распределение релевантных научных статей по эффекту детерминации политической мобилизации социальных медиа (2010–2023 гг., количество статей)

Результаты проведенного анализа подтверждают также обозначенный тезис о высокой политизации и идеологизации академического сообщества. Рассмотрение эффектов цифровых коммуникаций на протест во многом определяется политическими установками исследователей, разделяемыми ими ценностями и сформированной картиной мира. Можно выделить по меньшей мере два крупных исследовательских лагеря. Условные «освободители» продвигают современные западные трактовки, понимающие социальные медиа в качестве инструментов «освобождения» общества от государственного регулирования, существующих

властных структур и иерархий. Данные воззрения в идеологическом смысле близки к современному либертарианству, что обосновывает явное позитивное восприятие как самих протестных акций и проектов, так и их социальных последствий и, следовательно, их цифровых эффектов. Напротив, лагерь «охранителей» концентрируется на рисках применения технологий цифровых коммуникаций. Его научные представители убеждены в необходимости обеспечения устойчивости политической системы, выражают твердые позиции относительно государственных институтов и рассматривают социальные медиа как явную угрозу для стабильности и порядка.

Содержательный обзор отечественных научных публикаций

Первый этап исследований (2010-2015 годы). Первая волна публикаций, вызванная революционными событиями «арабской весны» и российскими протестами «рассерженных горожан», характеризуется рецепцией из исследований зарубежных авторов теоретических положений политической мобилизации в социальных сетях цифровых коммуникаций. Российские исследователи восприняли, прежде всего, наиболее конъюнктурные положения о горизонтальной структуре социальных сетей, открытии широких возможностей для самовыражения в цифровой среде, освобождении народов от тирании авторитарных режимов.

В первых научных публикациях российских исследователей, затрагивающих вопросы политической мобилизации в формирующемся сетевом пространстве цифровых коммуникаций, рассматривались в большей части теоретические аспекты. А.С. Шерстобитов, опираясь на западные исследования, классифицировал сетевые связи на основании персональных, представительных и институциональных типов субъектов. Персональные связи формируются при взаимодействии индивидов в социальных группах. Представительные связи же возникают при официальной коммуникации между организациями. Институциональные связи образуются при обмене информацией между организациями, использующими каналы массовой коммуникации. Такие типы субъектов вступают в формальные и неформальные отношения, образуя различные иерархические структуры [440]. А.С. Шерстобитов отмечает, что Интернет становится принципиально новой инфраструктурой для политической мобилизации, позволяющей агрегировать пользователей на разных площадках социальных медиа и создавать пространство публичного взаимодействия. Эффективность политической мобилизации в социальных сетях зависит от централизации структуры сообществ и плотности взаимодействия [441].

В указанный период многие социальные исследователи констатировали открытие широких возможностей политической мобилизации в сетевом

пространстве цифровых коммуникаций. К. Мартынов отмечает, что современное общество трансформируется из оптимизированных индивидов в сетевые сообщества, которые представляют угрозу, прежде всего, для авторитарных политических режимов. Политическая мобилизация посредством социальных сетей создает возможности для совершения Интернет-революций, устанавливающих республиканскую форму правления [354]. По мнению М.Д. Завгороднего, Интернет создал неограниченное пространство для общественной активности граждан, в котором отсутствует возможность для подавления прав и свобод человека [327].

И.В. Ксенофонтова считает, что Интернет стал катализатором протестных действий, открыв широкие возможности для проведения политической мобилизации. Интернет позволил формировать протестные онлайн-сообщества, которые распространяют информацию об акциях и координируют действия участников. Для привлечения сторонников организаторы позиционируют акции протеста в информационном пространстве как мирные действия граждан, объединенных солидарным неприятием власти [343]. А.В. Ваньке на основании дискурс-анализа рассматривает политическую мобилизацию через призму образа «коллективного тела протеста». Телесная метафора структурирует организационное взаимодействие частей, отражает ментальные схемы и передает общие эмоции [288].

Мобилизационные Интернет-площадки выступают основой гражданского движения, создавая рациональные дискурсивные практики реализации общественных инициатив и организации уличных акций. Интернет-площадки стали элементом мобилизационной инфраструктуры массовых митингов, на которых происходит сбор средств, разработка атрибутики и агитматериалов, распространение информации и координация действий сторонников. В процессе протестной мобилизации выделяются организационные фазы, в числе которых направленное распространение информации через социальные сети, обмен эмоциями между активированными пользователями, избрание способа действия из обсуждаемого репертуара, определение плана рациональной реализации замысла, проведение акции протеста офлайн, эмоциональное обсуждение визуального контента в сетевых сообществах, героизация участников протестных действий и наслаждение чувством солидарности. Протестная мобилизация посредством Интернет-коммуникаций создает новые формы, но не делает действия онлайн-феноменом [287].

А.В. Соколов и А.В. Соловьева рассматривают механизмы политической мобилизации граждан общественными движениями в социальных сетях, разделяя реальную и виртуальную площадки коллективных действий. Виртуальная площадка Интернета позволяет объединить единомышленников, обмениваться информацией,

собрать средства, координировать действия. Социальные медиа, блоги и форумы создают сетевые структуры, на основе которых происходят самоорганизация, мобилизация и консолидация граждан. Возможность распространять и комментировать информацию увеличивает потенциал политической мобилизации, расширяя масштаб взаимодействия, усиливая вовлеченность и повышая скоординированность действий [413]. Ведущими факторами политической мобилизации обозначаются соответствие цели движения общественным проблемам, вовлечение посредством психологических приемов эмоциональной мотивации, самоорганизация граждан социальных сетях на основе горизонтальных связей, открытость и оперативность взаимодействия [414].

Между тем С.Г. Ушкин скептически рассматривал доминирующее тогда в исследованиях политических коммуникаций положение о принципиальных различиях реальных и виртуальных сетей. Цифровые технологии коммуникации сжали мировое пространство до масштабов «глобальной деревни», но не изменили механизмы функционирования. Реальные и виртуальные сети стали органичным дополнением друг друга, создавая кумулятивный эффект коммуникации посредством увеличения числа сильных и слабых связей между людьми. Объединение в общее коммуникативное пространство обуславливает использование единых теоретических подходов, инструментальных методов и прикладных моделей исследования функционирования социальных сетей в процессе политической мобилизации [425]. Исследователь анализирует концепции протестной мобилизации посредством социальных сетей, которые рассматриваются как информационный, объединяющий и координирующий ресурс, минимизирующий временные, финансовые и физические издержки [426].

А.Р. Шишкина на основании анализа событий «арабской весны» отмечает ключевую роль цифровых коммуникаций в политической мобилизации, позволяя минимизировать расходы на организацию протестных акций и координацию текущей деятельности. Новые каналы информации коммуникации обеспечили массовое вовлечение граждан в протестное движение [444]. Однако О.А. Колобов и Э.Э. Шульц считали, что события «арабской весны» были обусловлены прежде всего демографическим фактором, весомой долей безработной молодежи. Иностранные медиа обеспечили лишь внешнюю «картинку», а Интернет-коммуникации стали каналами «подпольного вещания». Трансляция протестного контента в Интернете воспринималась как война молодого поколения нового свободного мира со старым отсталым авторитарным порядком «динозавров нецифровой эпохи», что привело посредством сетевого взаимодействия к

политической мобилизации и последующим организованным протестным действиям [336].

Происходящие события в мире и России в начале 2010-х годов подталкивают к анализу политических процессов не только на теоретическом, но и прикладном уровнях исследований. А.Т. Бикбов на основании интервью с участниками массовых митингов выявляет мобилизующие мотивы, которые обусловлены ценностями и образом жизни участников. Ценности свободы и самовыражения сформировались на основании жизненного опыта горожан, находящих свое место на рынке труда, занимающихся предпринимательством либо преподаванием, работающих на фрилансе, участвующих в волонтерстве и выезжающих за границу. При этом участники массовых митингов не были объединены общей социальной повесткой и не стремились к образованию политической организации [263].

В.Л. Римский анализирует всплеск протестной активности российских граждан и оппозиционных сил в 2011–2012 годах. Митинги протеста в крупных городах были организованы посредством лидеров Интернет-сообществ, но они имели слабое воздействие на системное изменение социального порядка. Мобилизованные через социальные сети протестующие продемонстрировали недовольство решениями власти, но не достигли выполнения своих требований. Индивидуализм участников и их следование частным интересам не позволяет достигнуть объединения усилий. Политическая мобилизация оказывается эффективной, когда участники мотивированы общественными интересами и привержены достижению общего блага [392].

А.С. Шерстобитов и К.А. Бряннов исследуют провластную и протестную мобилизацию сторонников в социальных сетях в период федерального цикла выборов 2011-2012 годов. Исследователи исходили из того, что Интернет выступает, с одной стороны, как инструмент политической мобилизации, с другой, как среда общения и взаимодействия пользователей. На основе сетевого анализа исследователи пришли к выводу о преимуществе сегмента протестной мобилизации над провластным. Сети протестной мобилизации опираются на более активных оппозиционных лидеров и молодежь, поэтому обладают большими значениями включенности, связности и плотности. В условиях политической поляризации объединение различных акторов в социальной сети происходит обычно на основе идеологических и ценностных предпочтений. Однако в сложившейся ситуации социальные сети мобилизовали для протестных действий против власти разные оппозиционные группы. Исследователи выявляют тесную взаимосвязь между политической мобилизацией и активностью пользователей в социальных сетях.

Кроме того, политическая мобилизация оппозиционной клики провоцирует проведение мобилизации в провластном сегменте социальных медиа [442].

О.Ю. Лобанова и А.В. Семенов рассматривают волну акции протеста «За честные выборы» декабря 2011 года – сентября 2012 года на основе выступления в отдельном российском регионе. Организаторам протестных действий посредством распространения обличающего власть контента в социальных сетях удалось мобилизовать «новых митингующих», представляющих различные социальные группы и сообщества публик. Массовая мобилизация против «партии жуликов и воров» строилась на психологических приемах «эмоционального заражения» через социальные сети. Символы и фреймы протестующих апеллировали к гражданскому чувству солидарности и выражали крайнее неприятие «партии власти» и недовольство официальными результатами выборов [346].

Между тем некоторые исследовали скептически оценивали возможности цифровых коммуникаций в организации политической мобилизации. Так О.Г. Филатова не находит подтверждения положению, что события «арабской весны» 2010 года и акции протеста в России после проведения выборов депутатов Государственной Думы в декабре 2011 года доказывают эффективность политической мобилизации на платформах социальных медиа. Цифровые коммуникации обеспечивают координацию, масштаб и оперативность политической мобилизации. Однако социологические данные показывали сопоставимый уровень влияния Интернет-ресурсов и СМИ на политическое участие граждан [428].

Одновременно В.В. Петухов с соавторами, исследуя проявления гражданского активизма в России, на основании данных социологического опроса пользователей социальных сетей выявили незначительный уровень их участия в массовых акциях протеста. Исходя из полученных результатов, исследователи сделали ряд важных выводов. Социальные сети оказывают слабое влияние на протестную активность несмотря на то, что способствуют горизонтальной самоорганизации и свободе самовыражения пользователей. Однако активность пользователей в социальных сетях проявляется в легких формах непринужденного общения, потреблении новостной информации и развлекательного контента. Данные обстоятельства, по заключению авторов, не дают основания считать социальные сети триггером политического участия [381].

Второй этап исследований (2016-2020 годы). На следующей волне исследований политической мобилизации в социальных сетях постепенно возрастает доля прикладных исследований. Особое значение приобретает протестная мобилизация экологического движения. В противовес идее цифровых

коммуникаций как средства освобождения в исследованиях проявляется идея охранительства, направленная на противодействие информационным технологиям дестабилизации. Помимо исследований процесса политической мобилизации стали появляться исследования обратного процесса политической демобилизации.

Исследовательская группа под руководством Е.В. Бродовской на основе социологических данных рассматривают социальные сети как пространство гражданской активности, индивидуального взаимодействия, потребления информации, развлечения и самовыражения, прежде всего, для молодого поколения, массово освоившего цифровые коммуникации [278]. В частности, авторы исследуют технологии политической мобилизации протестных настроений в ходе событий на Украине в октябре 2013 года – феврале 2014 года. Исследователи выявили, что на начальном этапе подготовки Евромайдана в информационных потоках социальных медиа преобладал контент пассивно-нигилистического содержания. На следующем этапе для массовой мобилизации сторонников лидеры оппозиции канализировали массовое недовольство в радикальные действия против действующей власти, генерируя интенсивный поток протестных сообщений в социальных медиа. На заключительном этапе происходит снижение интенсивности протестного потока информации, эмоциональное содержание сообщений сменяется на предписания вовлеченным, направленным на координацию действий против существующей власти [271].

Для исследования политических процессов в медийном пространстве исследовательская группа апробирует новаторскую методологию интеллектуального поиска маркеров на основе инструментов Predictor Mining. Применение методики позволяет по цифровым следам реконструировать групповое сознание и поведение пользователей, измерить тональность сообщений, общественную реакцию и социальную напряженность, а также оценить уровни поляризации и радикализации информационных потоков. Методика помогает выявить субъектов и способы формирования протестных установок в социальных медиа, определить сценарии и спрогнозировать развитие политической ситуации. Оригинальную методику мониторинга контента социальных медиа по цифровым следам органично дополняет метод социальных графов, определяющий сетевую структуру взаимодействия в сообществах в процессе политической мобилизации неконвенциональных акторов в социальных медиа [273].

По результатам исследований авторы приходят к заключению об обусловленности политической онлайн-активности российской молодежи ценностным профилем. Высокий потенциал протестной мобилизации молодежи в социальных сетях является не столько характеристикой поколения, сколько

формированием личной системы ценностей, воздействием информационных потоков и развитием политической ситуации [282]. Данная исследовательская группа вопреки сложившимся представлениям на основании социологических исследований скептически оценивают возможности политической мобилизации молодежи в социальных сетях. Молодое поколение не расположено к политическому участию онлайн, предпочитая заниматься социальными волонтерскими проектами [276].

О.Ю. Кольцова и Э.А. Киркиж на основании кросс-национального исследования утверждают, что 1) Интернет является не столько инструментом организации протестных действий, сколько источником информации об акциях протеста, 2) Интернет скорее усиливает протестные действия, чем выступает предиктором участия в акциях протеста, 3) чтение новостей онлайн усиливает вероятность участия в акциях протеста. Данные обстоятельства объясняются контролем власти над телевидением и возможностью использовать Интернет как канал распространения оппозицией альтернативной информации. Между тем протестной мобилизации больше подвержены приверженцы левой идеологии, постматериалистических ценностей, стремящиеся к самовыражению и поиску ресурсов [337].

С.Н. Федорченко, исследуя политическую идентичность в социальных сетях, выявляет ее двойственность, выраженную в визуализации отношений и искусственном конструировании. Виртуализация общества и социализация Интернета зависит как от политических отношений в онлайн- и офлайн-пространствах, так и от практики сетевого взаимодействия социальных структур и медиаплатформ. Социальные сети могут быть не только средством демократизации, но и возможностью политическим режимам мобилизовать сторонников власти, упрочив легитимность посредством конструирования идентичностей сообществ [427]. С.В. Володенков отмечает уникальность цифрового пространства политических коммуникаций, что обусловлено особенностями организации сетевых сообществ, создающими преимущества в мобилизационном потенциале Интернет-коммуникаций над традиционными СМИ. Тесное горизонтальное и оперативное взаимодействие пользователей на площадках социальных медиа посредством гаджетов приводит к значительному увеличению мобилизационного потенциала. Широкие возможности политической мобилизации сетевых сообществ в онлайн-среде позволяют оказывать значительное влияние на политические процессы в офлайн-среде [291].

А.В. Соколов и А.А. Курбанова рассматривают эффекты влияния Интернет-технологий коммуникации на организацию массовых движений, которые

понимаются как самоорганизующиеся сети, формируемые на основе разделяемых ценностей. Сетевая структура социальных движений позволяет обмениваться информацией, выражать мнения и проводить мобилизацию сторонников для решения общественных проблем, организуя различные акции. Цифровые коммуникации создали пространства для взаимодействия граждан в социальных сетях на значительном расстоянии, что позволяет координировать совместные акции и организовывать массовые движения [410]. Авторы отмечают увеличение коммуникационного взаимодействия граждан из-за расширения онлайн-пространства. Интернет-технологии стали инструментом политической мобилизации и формирования сознания участников движений, влияя на результативность коллективных действий. Создание оппозицией Интернет-ресурсов позволяет мобилизовать сторонников онлайн и координировать их действия офлайн [411].

М.В. Котляров предметно рассматривает информационную политику российского государства в 2012–2016 годах в отношении вызовов национальной безопасности от возрастающего влияния глобальных Интернет-коммуникаций, которые состоят в их использовании в качестве инструмента внешнего влияния со стороны США, а также провоцирования протестных настроений граждан. Мировые платформы социальных медиа расширили возможности гражданской самоорганизации и политической мобилизации. Для противодействия угрозам российские власти стремятся установить контроль над информационным пространством, проводя национализацию инфраструктуры коммуникаций для достижения цифрового суверенитета. Система управления информационным пространством включает анализ угроз, управление повесткой, ужесточение ответственности, регулирование использования персональных данных пользователей. Для мониторинга уровня протестной мобилизации стали применяться программные автоматизированные сервисы, определяющие по тональности сообщений уровень эмоционального напряжения в социальных сетях. Принятые меры, направленные на противодействие внешнему информационному влиянию, завершили период «свободного Интернета» в России, существенно урезав возможности для политической мобилизации оппозиционных сил в интересах западного мира и расширив возможности государственного контроля [341].

Э.Э. Шульц рассматривает «цветные революции» в качестве технологии организации радикальных форм протестных действий посредством проведения политической мобилизации масс. Социальные сети и Интернет-технологии как новые каналы коммуникаций внесли изменения в тактику совместных действий, но принципиально не поменяли стратегию политической мобилизации. События

«арабского инновационного бунта» показали возможность Интернет-коммуникаций создавать виртуальную реальность революционной борьбы, представив ее как противостояние молодого прогрессивного поколения отсталым авторитарным «динозаврам нецифровой эпохи». Созданные в виртуальном пространстве образы борьбы старого и нового миров задали контекст политической мобилизации. Интернет-коммуникаций придали протестным действиям лишь больший символизм, масштаб и организованность [445]. На основании анализа событий исследователь приходит к заключению о психологической обусловленности массовых протестных действий в радикальных формах, тогда как экономические, демографические и технологические факторы не являются определяющими [446].

А.Ю. Антоновский и Р.Э. Бараш протестную волну событий начала десятых годов текущего века, в числе которых события «арабской весны» 2010-2012 годов, движение Indignados 2011 года в Испании, переворот «Евромайдан» на Украине 2014 года, движение Occupy Wall-Street 2011-2013 годов, движение «рассерженных горожан» в России 2011-2013 годов объясняют возникновением сетевых форм политической мобилизации и рекрутирования сторонников [248]. Р.В. Савенков и Д.В. Щеглова предметно рассматривают концепцию мобилизации ресурсов в контексте расширения возможностей новых медиа для организации протестных действий при различных типах политических режимов [397].

В.А. Ачкасова и О.И. Трохинова, исследуя этническую мобилизацию, особо выделяют возможности для пропагандистского воздействия на аудиторию в Интернет-пространстве, выполняющие информационную, идеологическую, интегрирующую и дезинтегрирующую функции в процессе консолидации виртуальных сообществ. Возможности активного использования социальных сетей в онлайн-пространстве для мобилизации сторонников и организации действий обуславливают их рискогенность для общественного развития. Социальные медиа как инструмент мобилизации обладают высоким потенциалом реального воздействия на этнические группы, поднимая уровень агрессии и формируя образ врага в обществе [256].

Д.В. Гончаров и В.В. Нечай в отличие от большинства российских исследователей скептически оценивали политический потенциал социальных сетей, так как они не являются триггером протестных движений. Как подъемы, так и спады общественной активности обусловлены сочетанием ряда социетальных факторов. Однако социальные медиа стали значимым технологическим инструментом политической мобилизации как для оппозиционно, так и лоялистски настроенных граждан, открывая широкие возможности для организации совместных действий, способствуя солидарности граждан и проведения акций офлайн [306]. Так с позиции

исследователей социальные сети цифровых коммуникаций в целом слабо влияют на общественную активность, но помогают координировать совместные действия при проведении массовых акций.

Исследовательская группа под руководством А.С. Ахременко исходит из схожести сетевых связей между индивидами в физическом и цифровом пространствах. Онлайн-платформы подобно устоявшимся социальным институтам стали средами формирования групповых целей и идентичностей. Социальные медиа способствуют концентрации протестного потенциала, который в определенной ситуации выливается в уличные акции. Исследование сети Twitter в период массового протеста выявило, что политическую мобилизацию в большей степени определяет фактор статуса и популярности автора в сетевой структуре, чем смысл и эмоциональность сообщений. В результате исследователи пришли к важному заключению: в протестной мобилизации сетевая структура оказывается важнее содержания текста [254].

В тоже время И.Б. Филиппов на основании анализа интервью с участниками акций приходит к заключению, что фактор количества сообщений в социальных сетях не является значимым в объяснении разницы мобилизованности сторонников в социальных сетях в ходе мирных и подавленных протестов. Статус авторов сообщений, частота взаимодействия между ними и смысл передаваемой информации оказались более важными факторами мобилизации сторонников протестных действий. Политизация общественных действий приводит к повышению уровня мобилизации и протестной активности граждан [429]. Исходя из этого интенсивность информационного потока не столь важна, как наличие авторитетных инфлюенсеров, способных «наводить мосты» между сообществами в пространстве социальных медиа.

В свою очередь, С.В. Володенков, напротив, выявляет существенные различия в структурах и функциях виртуального и реального пространств политической коммуникации. Интернет-коммуникации способствуют формированию информационных капсул, которые конструируются политическими акторами для закрепления набора идей, ценностей и смыслов в условиях глобального информационного противоборства за контроль над массовым сознанием [292]. Д.С. Жуков, исходя из авторской концепции самоорганизованной критичности, выделяет ряд признаков политической мобилизации в цифровой среде, среди которых повышенная готовность сообщества действовать, генерировать информационные потоки и вовлекать сторонников. При мобилизации происходит сплочение участников сообщества, что способствует ее большей гомогенности [325].

И.А. Гладченко, рассматривая подходы к исследованию политической мобилизации в сетевых сообществах, обозначает принципиальное отличие механизмов взаимодействия в повседневной и виртуальной средах [300]. Политическая мобилизация сообществ в социальных сетях происходит под влиянием эмоционального фактора, создаваемого информационными сообщениями в рамках продвижения дискурса. Тогда как транслируемые символы позволяют идентифицировать сторонников, расширяя возможности управления процессом политической мобилизации [299]. Исходя из этого эмоциональная реакция пользователей на распространяемый контент предопределяет дальнейшие совместные действия, а общие словесные маркеры и обозначаемые символы позволяют распознавать сторонников.

Исследователи Н.А. Головин и В.А. Сибирев полагают, что социальные медиа стали обыденным способом взаимодействия, играя ведущую роль в электронной политической мобилизации (e-mobilization) граждан посредством цифровых коммуникаций. На основании динамического сетевого анализа кейса о реакции общественности на решение городской власти Санкт-Петербурга передать Исаакиевский собор РПЦ выявили механизмы действия сетевых групп. Инициативные группы возмущенных горожан провели в социальных сетях политическую мобилизацию, организовав массовое движение противников решения. Преимущество городских властей на медийном поле традиционных СМИ оказалось неспособным переломить общественное мнение, сформированное в значительной степени под влиянием социальных медиа [301]. Социальные сети усилили коммуникативное взаимодействие возмущенных граждан в конфликте с городскими властями, способствуя росту общественного влияния протестного движения. РПЦ и городская власть использовали традиционные каналы информации для убеждения общественности и мобилизации сторонников, но сумели переломить общественное мнение. Недовольная общественность провела сетевую мобилизацию (e-mobilization), в ходе которой инициативные сообщества приобрели масштабы сетевого движения (e-movement), вынуждающего городские власти пойти на отмену решения [401].

А.С. Архипова с соавторами исследует восприятие протестного митинга как событие, происходящее в реальном времени в определенном физическом пространстве, и как сообщение, созданное в виртуальном пространстве и продвигаемое со временем. Исходя из этих двух диспозиций можно конструировать как акцию протеста, так и собственное участие в ней, задавая вариативность действий для мобилизации сторонников. Выбор опций позволяет производить «пересборку» публичной акции, переходя между офлайн- и онлайн-пространствами

действий в роли участника или наблюдателя. Расширение виртуального пространства и роста общественной активности позволяет увеличить репертуар способов проведения митинга в форматах события либо сообщения [249]. Расширение репертуара политического участия в зависимости от вовлеченности в социальные сети цифровых коммуникаций стала общей констатацией в российских исследованиях.

А.А. Малькевич особо выделяет мобилизационную функцию социальных сетей, которые стали важным фактором формирования идентичности, организации и рекрутирования участников. Онлайн-технологии стали средством политической мобилизации, способом координации массовых акций и каналом формирования информационной повестки. Социальные сети в цифровой среде провоцируют недовольство граждан, способствуют ускорению динамики политической мобилизации и расширению масштаба протестных действий. Социальные сети в режиме реального времени обеспечивают оперативную мобилизацию и координацию действий участников [350]. Современные цифровые коммуникации в значительной степени формируют сознание молодого поколения, предопределяя переход от иерархической к сетевой модели социализации. При снижении влияния традиционных институтов социализации таких как семья, школа, СМИ, социальные медиа значительно усилили свое воздействие на молодежную аудиторию. Иерархическая структура политической социализации молодого поколения преобразовалась в сетевую модель, которой присущи нелинейные процессы и новые формы общественного участия [349].

О.В. Попова рассматривает влияние политических коммуникаций в цифровой среде на протестные настроения российской молодежи, проживающей в крупных городах. На основании результатов онлайн-опроса исследователь определяет политические кластеры молодежи, исходя из реакции на мобилизацию в социальных медиа. Наиболее распространенная реакция сводится к модели «пассивных потребителей», которые придерживаются либеральных идей, но не намерены участвовать в акциях протеста. Действующие по модели «организатор процесса» в большей части следуют социал-демократическим идеям, распространяют контент и расположены к участию в акциях протеста. Следующие модели «абсентеист», пользователи негативно относятся к участию в акциях протеста и не имеют выраженных идейных пристрастий. Модели «участник протеста» привержены пользователи с либеральными принципами и испытывающие недоверие к власти, включенные в волонтерскую деятельность. Протестно настроенная молодежь продвигает темы, вызывающие эмоциональную реакцию на нарушение справедливости со стороны власти. Протестные сообщества замыкаются в эхо-

камеры, поэтому рекрутирование сторонников происходит посредством сетевых связей и «негативных коалиций» [385].

В исследованиях политической мобилизации в социальных сетях особое значение стала приобретать экологическая тематика. Так В.Б. Гольбрайх обозначает расширение практики продвижения экологических петиций в Интернете как способа мобилизации сторонников [302]. На основании исследования «мусорных протестов» 2018–2020 годов в России методами опроса общественного мнения и контент-анализа исследователи приходят к заключению о ведущей роли социальных медиа в процессе мобилизации экологического движения, помогающих аккумулировать ресурсы и выбирать оптимальные формы организации совместных действий. Социальные медиа создали условия для появления сетевой формы цифрового участия, которое состоит в размещении и распространении политического и социального контента, формировании сообществ и мобилизации сторонников [434]. Социальные сети стали преобладающим источником информации для организации совместных действий граждан. В ходе локальных экологических конфликтов в социальных сетях формируются виртуальные группы, используемые в дальнейшем, способствуя мобилизации сторонников. Вместе с тем образованные виртуальные группы не обеспечивают высокий уровень цифрового участия, так как большинство участников пребывают в пассивном состоянии, сторонясь ведения дискуссий и распространения информации. Наиболее активные представители сетевого сообщества в онлайн-среде, как правило, являются активными участниками экологических акций в традиционных формах [303].

Социальные медиа посредством сетевой организации сообществ обеспечивают возможность цифрового участия граждан в решении экологических проблем. Однако включение пользователей в социальные сети экологических сообществ слабо способствует мобилизации, выступая неэквивалентной заменой реальному участию в общественном движении [304]. Другие исследователи отмечают также неоднозначность влияния цифровых форм мобилизации сторонников для участия в экологическом движении. Цифровые коммуникации расширили возможности для взаимодействия и влияния гражданского общества на решения органов власти, но виртуальная активность пользователей приводит к отказу от реального участия в протестных действиях, порождая к тому же цифровое неравенство и социальное отчуждение [322]. Из этого следует, что цифровые коммуникации способствуют объединению усилий экологических активистов, а также мобилизации сторонников посредством социальных сетей.

Третий этап исследований (2021-2023 годы). На третьей волне российских исследований политической мобилизации происходит резкий рост интереса к теме.

В центре внимания исследователей оказались внутренние структурные и внешние медийные факторы. Политическая мобилизация в социальных медиа все больше стала рассматриваться как технологический процесс конструирования протестных действий. Многие исследователи соотносят мобилизационные возможности провластных и оппозиционных сил. Молодежь в исследованиях относится к социальной группе в наибольшей степени подверженной протестной мобилизации, что рассматривается оппозицией как возможность рекрутирования сторонников, а властью как угроза политической стабильности. Экологические проблемы, к которым добавился фактор пандемии, остались основанием для протестной мобилизации.

Важным скорее теоретическим, чем практическим вопросом оказалась структурная организация сообществ в цифровом пространстве. Ведущие отечественные исследователи в данной сфере А.С. Ахременко и Е.В. Бродовская рассматривают ключевые дискуссионные вопросы в обсуждении эффектов влияния цифровых коммуникаций на общественный активизм. Один из них заключается в преимуществах социальных медиа перед формальными организациями в процессе политической мобилизации. Социальные сети, построенные на горизонтальной коммуникации между пользователями, конкурируют с иерархическими бюрократическими структурами, организованными по вертикальному принципу взаимодействия [251].

А.С. Туманова и А.А. Сафонов рассматривают современные концепции цифровой трансформации общества. В сетевом обществе происходит расширение возможностей граждан для открытого горизонтального взаимодействия. Социальные сети цифровых коммуникаций способствуют свободному формированию общественного мнения и активной социальной среды, что также способствует гражданской мобилизации и самоорганизации по интересам. Цифровые коммуникации позволяют отказаться от формальных организаций и перейти к формату краткосрочных акций [422]. Л.В. Сморгунов и О.А. Игнатьева отмечают роль цифровых платформы как посредников при взаимодействии политических и гражданских институтов. На основании репрезентативного опроса пользователей исследователи пришли к заключению, что гражданское участие посредством платформ обусловлено доступностью, эффективностью и безопасностью онлайн-коммуникаций, которые обеспечивают возможность не только политической мобилизации, но и общественного сотрудничества [406].

С.В. Володенков и С.Н. Федорченко рассматривают формирование инфраструктуры гражданского активизма в цифровом пространстве, открывшем возможности интерактивной коммуникации в формате горизонтальных связей

пользователей. Если в начале общественные активисты использовали Интернет для распространения информации, то по мере распространения социальных медиа цифровые коммуникации стали средством мобилизации активных граждан для участия в мероприятиях офлайн. Социальные медиа позволяют как выражать общественные интересы и вести открытый диалог с властью, так и дестабилизировать политические режимы, формируя протестную модель поведения и мобилизуя сторонников протестных действий [295].

Исследователи ключевым фактором, ограничивающим гражданский активизм в цифровом пространстве, обозначают интерфейсизацию онлайн-ресурсов, ведущую к большей регламентации и стандартизации поведения пользователей цифровыми платформами и институтами власти. Цифровые корпорации на базе сетевых платформ создают социальные машины, формирующие у пользователей обманчивое ощущение свободы самовыражения, которая ограничена программными алгоритмами. Исследователи конструируют концепцию алгоритмократии, поднимая вопросы политической субъектности в цифровых коммуникациях. По их мнению, цифровизация общества создает новую социотехническую реальность, в которой виртуальные личности становятся субъектами политической мобилизации [296].

Д.К. Стукал с соавторами рассматривают арсенал современных методов исследования протестной активности в процессе политической мобилизации в социальных сетях. Исследователи исходят из того, что социальные сети модифицировали способы политической мобилизации, которая теперь основывается на возможности оперативного распространения, обновления и отслеживания информации, а также на организационных принципах децентрализованного управления и цифрового участия. Между тем установление контроля за поведением пользователей цифровыми платформами позволяет также социальные сети использовать для политической демобилизации [416].

А.П. Петров с соавторами посредством агентно-ориентированного моделирования устанавливают структурные факторы протестной мобилизации. Исследователи исходят из того, что цифровые коммуникации влияют на количество индивидов в социальном окружении и на качество связей между индивидами, выделяя структурные факторы топологии и гомофилии сети. В результате исследователи пришли к заключению, что однородность сообществ при любой структурной организации сети обеспечивает выживаемость протеста, но снижает количество участников протестных действий [379]. А.С. Ахременко с соавторами, используя метод математического агентно-ориентированного моделирования, исследуют логику принятия решения гражданами об участии в протестных действиях. Формирование мобилизационной установки, которая играет ключевую

роль в организации акций протеста, происходит под влиянием социального окружения, идентификации индивида с движением и оценки риска репрессий [250].

Л.А. Сабурова с соавторами исследовала мобилизационные возможности онлайн-коммуникаций для организации солидарных действий, используя метод статистического анализа интеграции сообществ. В результате исследователи пришли к выводу, что мобилизационный потенциал сообщества слабо связан с количественными показателями размера и структуры сообществ. Ключевое значение в политической мобилизации имеет мотивирующий контент, который обеспечивает уровень вовлеченности (длина и количество комментариев), и производство авторских материалов (доля своих сообщений). Данные особенности способствуют формированию идентичности, сплоченности и мотивированности сообщества, приводящие к солидарным действиям. При этом информационная активность в сообществах социальных медиа способствует не столько политической мобилизации, сколько распространению информации, что объясняется «облегченной социальностью» в пространстве цифровых коммуникаций [396].

А.С. Ким анализирует случай массовых протестов в Хабаровском крае в связи с задержанием обвиненного в тяжких преступлениях депутата Государственной Думы РФ С. Фургала, которое стало триггером протестных действий. Исследователь рассматривает последовательно потенциал, установки и мобилизацию протеста. Главным фактором протестной мобилизации стала самоорганизация участников в социальных сетях, а политические партии и лидеры общественного мнения оказались не задействованы. Социальные медиа стали средством информирования сторонников и координации протестных действий, опирающиеся на консолидированное общественное мнение жителей региона. Исследователь приходит к заключению, что «слабые связи» в социальных сетях эффективны на начальной стадии протестной мобилизации и в последующем ослабевают, так как обезличенность, разобщенность и безответственность виртуального взаимодействия участников не способствуют организации протестного движения [334].

А.В. Шентякова и Н.В. Гришин, рассматривая процесс политической мобилизации, определяют ценностные установки лидеров протестного движения, интерпретирующие происходящие события. Используя метод когнитивного картирования, исследователи выявили доминирование среди активных участников протестных сообществ системы либеральных ценностей свободы, правового государства и гражданского общества. Комментаторы и блогеры в сетевых протестных сообществах конструируют символическое пространство смысла мобилизации, противопоставляют Россию светлого будущего и ужасного настоящего, обличая находящихся у власти лиц [437].

Д.П. Гавра и Е.В. Быкова, применяя метод структурно-семантического анализа сообщений пользователей, исследуют стратегии протестной мобилизации в условиях медиатизации инцидентов локального масштаба. При политической мобилизации в социальных сетях первичным фактором выступают ценности пользователей, на основе которых формируются сообщества. Ценности закладываются в речевые стратегии лидеров сообществ, которые направлены на политическую мобилизацию сторонников, способствующей организации и координации протестных действий в физическом пространстве. Придание медийности локальному инциденту в социальных сетях позволяет задействовать механизмы протестной мобилизации. Информационный повод активизирует агентов влияния, которые используют речевой репертуар для мобилизации сторонников. Для их рекрутирования лидеры сообществ, выступающие в качестве агентов мобилизации, в своих сообщениях обычно апеллируют к ценностям свободы самовыражения и общественного блага [297].

М.В. Милованова и Е.В. Терентьева, используя линейный регрессионный анализ, исследуют мобилизационные эффекты сообщений в сетевых сообществах в зависимости от коллективно-личностных характеристик. Исследователи рассматривают практики конфликтной мобилизации в социальных сетях, используя методы социально-медийного анализа и дискурс-анализа. Они обнаружили зависимость между вовлеченностью аудитории и качеством текста, которое отличает наличие экспликации адресанта, стратегии и тактики, текстовой структуры, языковых средств. Количество текстов оказалось менее значимым фактором, влияющим на конфликтную мобилизацию [358].

А.В. Соколов и А.А. Беляков исследовали протестную повестку в социальных сетях, сопровождающую политические акции в России в 2019-2021 годах. Анализ сообщений в протестных сообществах медиаплатформы «ВКонтакте» позволил выявить структуру информационных повесток, выявив преобладание мотивирующих к участию мобилизационных публикаций и отчетных публикаций после проведения акций офлайн. Причем протестная мобилизация осуществлялась прежде всего посредством информирования сторонников, а не прямых призывов к радикальным действиям. В социальных сетях распространено множество сообществ со своими протестными повестками, которые не связаны между собой, но потенциально могут быть мобилизованы для организации массового протестного движения [408].

Исследовательская группа Е.В. Бродовской, рассматривая цифровую инфраструктуру организации массовых протестов в Беларуси летом-осенью 2020 года, выявила ряд особенностей. Политическая мобилизация граждан на

стороне оппозиции происходила без формальных институтов и лидеров сообществ в сетевых коммуникациях. Протестную мобилизацию провоцировала антироссийская информационная повестка, которая продвигалась по неподконтрольным власти онлайн-каналам [280]. На основе данных социологического опроса и методики построения цифровых двойников процесса приходят к заключению о зависимости направленности, конвенциональности и масштаба гражданских действий офлайн от способности агентов обеспечить силу «слабых связей» при мобилизации сторонников в социальных сетях. Возможность менять роли и среды создает условия для конвертации цифровой активности в реальные политические действия [246]. Исследуя контексты общественного недовольства в пространстве социальных медиа через использование кластерного анализа, когнитивного картирования и ивент-анализа событий в российских регионах, ученые пришли к заключению, что настроения недовольства обусловлены не столько экономическими факторами, сколько деструктивными социальными установками, обеспечивающими протестную мобилизацию в социальных сетях [272].

Е.В. Бродовская и В.А. Лукушин исследуют стратегии управления региональными сообществами в социальных медиа, формирующие настроения социального недовольства. На основании методов кластерного и социально-медийного анализов исследователи определяют регионы с наиболее высоким уровнем протестной мобилизации, возникающей в условиях нарастания социального недовольства под влиянием триггеров в социальных сетях. Однако ключевым фактором, определяющим масштаб и плотность сетей социального недовольства, остается социально-экономическое положение региона. При этом сетевые структуры социального недовольства формируется не столько на горизонтальных связях, сколько вокруг лидеров сообществ. Масштабное вовлечение участников в протестные действия происходит под влиянием системы символов, дискурсов и триггеров в социальных медиа. Ведущим фактором протестной мобилизации выступает множество активистов, распространяющих информацию и координирующих действия в социальных сетях. Технологические возможности цифровых коммуникаций позволяют модерировать и масштабировать массовые протесты [267].

А.Ю. Домбровская с авторами исследует цифровую инфраструктуру политического участия российских граждан, используя метод социальных графов. Исследователи выявили более высокий уровень мобилизованности оппозиционных онлайн-сообществ, представители которых распространяют деконструктивное влияние и неконвенциональные действия на широкую, но менее

консолидированную лоялистскую аудиторию [316]. Оценивая потенциал политической мобилизации оппозиционных сообществ, на основании данных массового онлайн-опроса приходят к заключению о преобладании в российском обществе пассивных граждан с нейтральной политической позицией [319]. Исследователи выявляют, что мобилизация сторонников радикальных действий происходит на основе дискурсов защиты прав личности и отсутствия доверия к власти. Радикальные установки в социальных медиа укладываются в оппозиционные информационные потоки, которые ориентированы на деконсолидацию граждан и протестную мобилизацию сторонников [315]. Увеличение мобилизационного потенциала оппозиционных сообществ молодежи характеризует более плотные связи в структуре социального графа [314].

О.В. Попова на основании триангуляции методов массового и экспертного онлайн-опросов исследует цифровые политические коммуникации российской молодежи в крупных городах-мегаполисах. Исследователь исходит из расширения влияния цифровых коммуникаций на общество, Интернет-сайты, социальные медиа, и мессенджеры стали не только источниками информации, но и средствами политической мобилизации, выполняя также функции социализации и ресоциализации молодого поколения. Формирование в социальных сетях сообществ молодежи объясняется в большей степени эмоциональным, чем рациональным запросом на солидаризацию совместных действий [386]. С.А. Панкратов с соавторами рассматривает интерпретации исследователей причин и форм протестной активности молодежи в условиях цифровизации общества. Онлайн-коммуникации выполняют функции информационного и мобилизационного ресурсов, формирующих протестные настроения и координирующие проведение акций. Мобилизация сторонников в цифровой среде создает большие возможности для организации акций офлайн [367].

В.Б. Гольбрайх на основании анализа сообщений и опроса представителей протестных экологических онлайн-сообществ выявляет в медиапотреблении пользователей доминирование местной новостной тематики. Исследование выявило тесную взаимосвязь между экологической и политической повестками в процессе протестной мобилизации. Рассмотрение регионального случая организации протеста против разветывания мусорного полигона определило, что экологические сообщества составляют пользователи, проявляющие интерес к новостям «независимых СМИ» и оппозиционных сил. Протестная мобилизация со временем стала преобразовываться из экологической акции в политические действия [305]. В целом экологическое движение и массовые акции в защиту окружающей среды следует рассматривать в политическом ракурсе.

А.Ю. Бубнов и С.Е. Козлов исследуют практики политического активизма в социальных сетях, применяя методы кейс-стади и контент-анализ. Исследователи рассматривают политическую мобилизацию как технологический процесс на основе разработанных приемов «ненасильственных действий». В результате авторы приходят к выводам, что анализируемые протестные акции на начальном этапе проходят на основе сетевой координации действий без организационного центра. Платформы социальных медиа и мессенджеры стали пространством возможностей для Интернет-активизма, став мобилизующей силой протеста и инструментом влияния на решения власти [283]. С.В. Расторгуев и Ю.С. Тянь исследуют протестный экоактивизм в цифровом пространстве, используя методику тематического моделирования комментариев в социальных сетях. Исследователи предлагают использовать индекс протестного экоактивизма, включающего критерии локации, интенсивности, политизации и конфликтности, для скоринга региональных кейсов. Нахождение кейса на уровне высокого индекса вызывает ресурсную мобилизацию стейкхолдеров, представляющих интересы государства, общества и бизнеса [391].

И.А. Батанина с соавторами исследует формирование в социальных медиа информационного потока сообщений противников вакцинации в период пандемии. Исследователи на основании методов предиктивной аналитики сообщений и социальных графов пришли к выводам, что мобилизация «антиваксеров» происходила в горизонтально интегрированных сообществах с высокой плотностью связей между лидерами, активистами и участниками. Сообщества антиваксеров в социальных сетях отличал высокий потенциал мобилизации, проявляемой в цифровой активности. Движение противников вакцинации на волне общественного интереса создало масштабную цифровую инфраструктуру, привлекая внимание власти и общества. Массовая мобилизация антиваксеров производилась иерархической структурой, ядро которой составляли идейные и мотивированные лидеры, генерирующие информационные сообщения. Политическая позиция противников вакцинации основывается не на оппозиционных взглядах, а на недоверии к власти и здравоохранению. При этом информационные потоки антиваксеров имели высокий мобилизационный потенциал, способный посредством обширной сетевой инфраструктуры конвертировать недовольство в протестные акции офлайн. Конверсия активности не произошла по причине слабой политизации и низкой радикализации движения противников вакцинации в период пандемии коронавируса [261].

К.А. Толокнев исследует влияние ботов в социальных медиа на политическую мобилизацию, используя метод агентного моделирования и вычислительные

эксперименты. Исследователь приходит к заключению, что использование ботов в социальных сетях для демобилизации противников более эффективно, чем для мобилизации сторонников. Причем при выраженной однородности (гомофилии) сообществ влияние ботов на мобилизацию оказывается незначительным. Для мобилизации сторонников боты должны быть нацелены на адресные группы, транслируя близкие идейные позиции [420]. Исследователь посредством численных экспериментов в рамках математического моделирования приходит к заключению, что при мобилизации оппозиционно настроенных пользователей боты оказываются эффективны в ситуации подавления мотивации индивидов окружением с иными взглядами. Тогда как при мобилизации лояльных власти пользователей боты более эффективно воздействуют на индивидов со слабой мотивацией [253].

Д.С. Жуков исследует состояние социальных сетей на стадии обострения политической борьбы, выявляя признаки политической мобилизации противостоящих сторон. Для измерения активности в социальных сетях исследователь применяет оригинальную методику «само организованной критичности». В итоге в протестном кластере выявляется низкий уровень политической мобилизации, так как множество групп оказались неактивированными из-за слабой вовлеченности в деятельность и значительной доли фейковых аккаунтов пользователей. В кластере протестных групп на платформе «ВКонтакте» преобладают либеральные ценности, которые влияют на способность к самоорганизации сообществ. Повышение индикатора уровня вовлеченности в деятельность сообщества обуславливает высокий уровень мобилизации для уличных акций протеста [326].

Р.Э. Бараш исследует влияние социальных медиа на политические установки и активизм российских граждан, используя данные социологического опроса. Для российских граждан социальные медиа стали одним из ключевых источников информации и способов взаимодействия на основе «слабых связей». Между тем исследователь выявляет слабый потенциал социальных медиа для достижения общественной консолидации, а также отсутствие выраженного стремления к протестной мобилизации и избегание политического участия. При этом социальные медиа формируют запросы на свободу самовыражения, на открытость власти, на изменения в российском обществе, но они не вызывают стремление к политической мобилизации, к участию в протестных действиях [259].

Таким образом, рассматривая содержание отечественных тематических публикаций в период 2010-2023 годов можно подтвердить значительное смещение вектора в репрезентации современных цифровых технологий как инструмента гражданской и протестной мобилизации. Оптимистические оценки и позиции,

связанные с представлением о социальных медиа как площадках солидаризации, самоорганизации граждан и выражения демократических ценностей и установок, выражаемые исследователями в начале 2010-х годов на волне крупных протестных движений в самых разных странах мира, сменились более осторожными и в некотором роде критическими оценками, обусловленными слабыми эффектами использования новых медиа в политических целях, как инструмента информационного противоборства, геополитического сдерживания и открытых интервенций.

Сетевой библиографический анализ научных источников

Для библиографического анализа научных источников по теме мобилизации протестной активности в пространстве цифровых коммуникации использована сетевая обработка массива релевантных научных статей для отражения авторских взаимосвязей и последующей количественной интерпретации полученных данных. На первом этапе отобраны научные статьи, релевантные теме исследования, опубликованные в период 2011–2023 годов в русскоязычных научных журналах, индексируемых в РИНЦ и размещенных в Национальной электронной библиотеке «eLibrary». Выбранные материалы прошли внешнюю экспертную оценку на предмет соответствия заявленной теме исследования и качества представленных работ. Итоговый полнотекстовый массив материалов включил 184 научные статьи.

На втором этапе произведена ручная качественная оценка библиографического списка статей и сформирована соответствующая база данных взаимосвязей авторов с указанием типа цитируемого источника и аффилированной организации цитируемого автора. Всего собрано и обработано более 3 тыс. авторских цитирований. Для обработки данных использован сервис «Gephi». При этом в базе данных цитирования идентифицированы по первому (основному) автору статьи при наличии соавторов. Аффилиации с организациями также определены по первой из указанных организаций, наиболее частотной или наиболее актуальной при наличии в общей выборке нескольких цитируемых статей одного автора. Учитывались только авторизированные цитирования научных материалов: статей, монографий, книг, материалов и тезисов конференций, авторефератов диссертаций. Не учитывались в массиве данных постраничные сноски, ссылки на авторские электронные источники, материалы средств массовой информации, статистики, а также ссылки на страницы в блогах и социальных медиа.

На сегодняшний день в России сформированы несколько крупных научных школ, занимающихся реализацией исследований цифровой гражданской активности, основное внимание которых приковано именно к исследованию

политического протеста. Указанное распределение представлено в таблице 3. Данные научные школы сконцентрированы вокруг крупных академических гуманитарных институтов, что отражается в распределении совокупного количества полученных цитирований: НИУ «Высшая школа экономики» (15%), Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (11%), Санкт-Петербургский государственный университет (8%), Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (6%), РАНХиГС при Президенте Российской Федерации (4%). Среди институтов Российской академии наук крупнейшие позиции в данной сфере удерживает ФНИСЦ РАН (6%), в частности, его подразделения Институт социологии (4%) и Социологический институт (2%). Ожидаемо, исследователи по данной теме сконцентрированы вокруг крупных столичных университетов и научных институтов Москвы и Санкт-Петербурга.

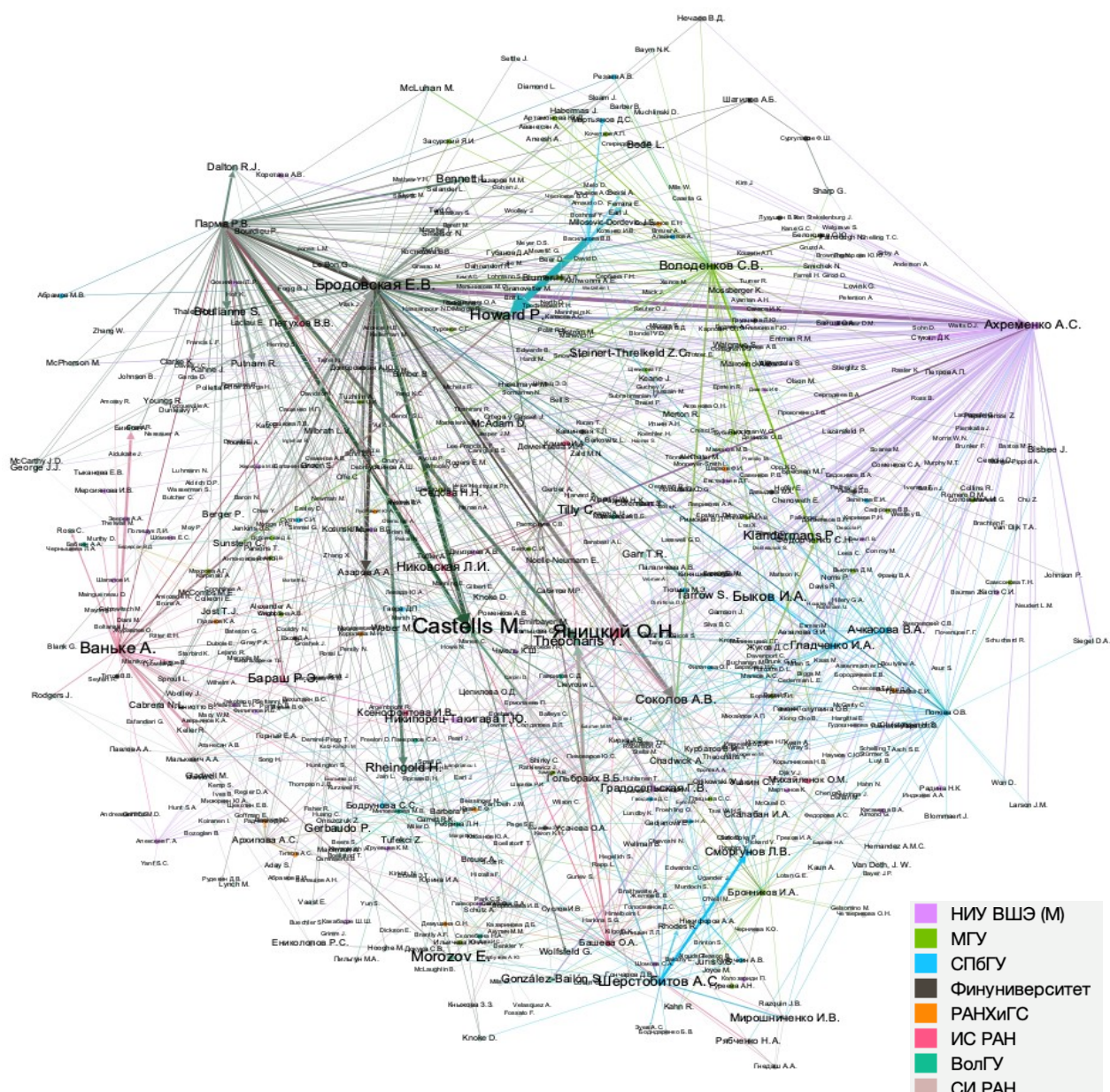
Таблица 3 – Центры научных исследований по теме (по совокупному числу авторов)

Наименование организации	Доля авторов, в процентах
Высшая школа экономики (Москва)	13
МГУ им. М.В. Ломоносова	11
СПбГУ	8
Финансовый университет	6
РАНХиГС	4
Институт социологии РАН	4
Волгоградский госуниверситет	3
Социологический институт РАН	2
Высшая школа экономики (Санкт-Петербург)	2
РУДН	2
Кубанский госуниверситет	2
МГИМО	2
Ярославский госуниверситет	1
Томский госуниверситет	1
Тульский госуниверситет	1
Другие	37

Источник: составлено автором.

В то же время в топе по числу авторов также представлены некоторые региональные школы, сформированные на площадках центральных региональных университетов Ярославской, Волгоградской, Томской, Тульской областей и Краснодарского края. Значимое число авторов по теме также фиксируется в ведущих университетах Свердловской, Омской и Саратовской областей. В других университетах и организациях доля авторов не превышает 1% от общего числа. Несмотря на это, общая вовлеченность исследователей в проблемное поле достаточно высокая, а географический охват широкий – более трети авторов

представляют иные организации, в основном регионального уровня. С каждым годом представленность региональных авторов и организаций, а также малых университетов в разработке данной темы увеличивается. Представленные научные школы формируют связанные сегменты научно-исследовательской активности за счет частотных взаимных цитирований. На графе, изображенном на рисунке 5, эти наиболее крупные сегменты выделены цветами.

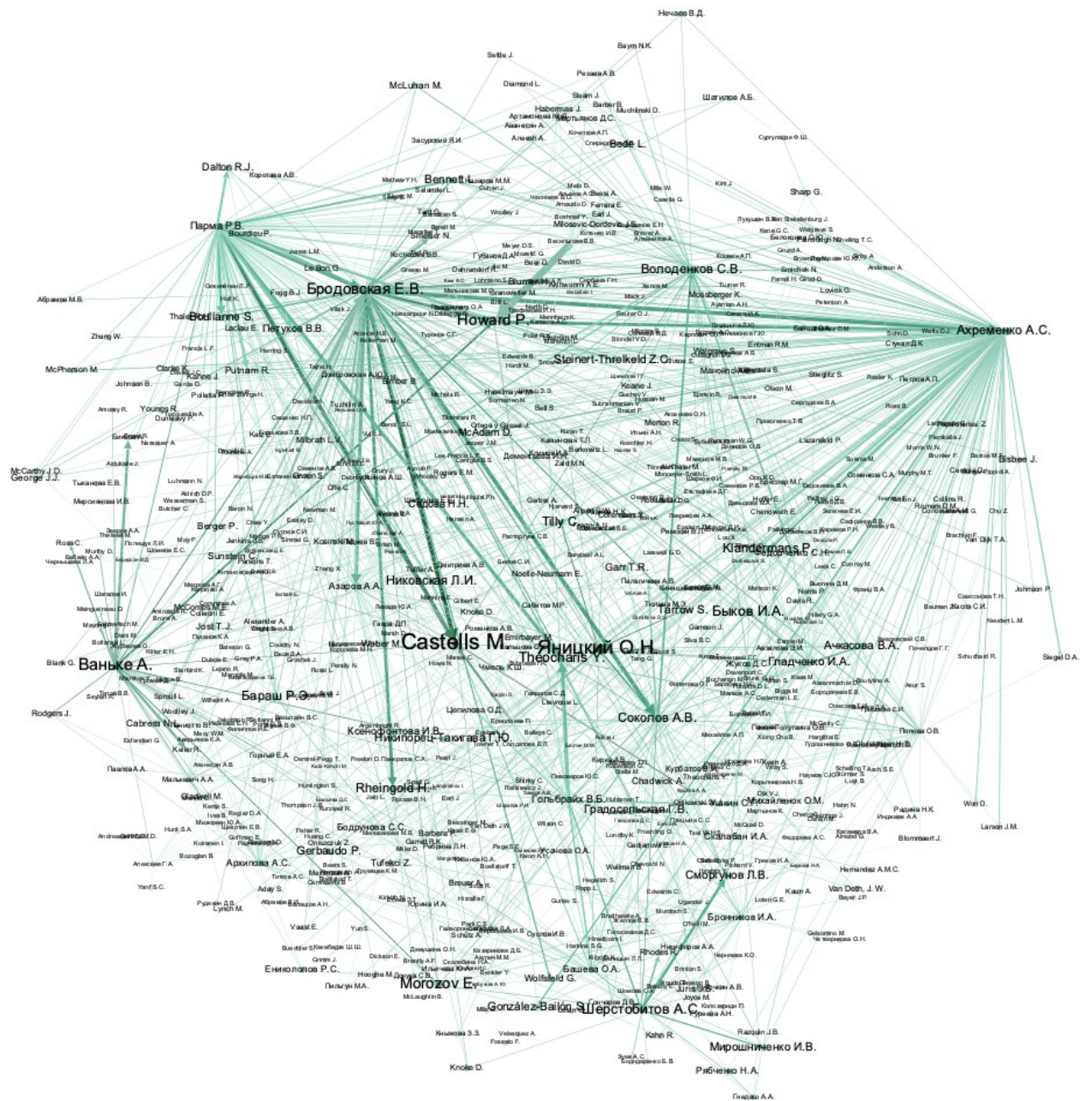


Источник: составлено автором.

Рисунок 5 – Граф связей авторов (по аффилированным организациям)

Наиболее крупные по численности исследователей сегменты формируют более плотные связи за счет ключевых авторов – руководителей научных групп, лабораторий, центров и иных структур, занимающихся тематическими

исследованиями: в ВШЭ – А.С. Ахременко; в МГУ им. М.В. Ломоносова – С.В. Володенков, И.А. Бронников; в СПбГУ – Л.В. Сморгунов, А.С. Шерстобитов, О.В. Попова, В.А. Ачкасова, И.А. Гладченко; в Финансовом университете – Е.В. Бродовская, А.Ю. Домбровская, Р.В. Парма; в Институте социологии РАН – А.В. Ваньке, Р.Э. Бараш; в Социологическом институте РАН – В.Б. Гольбрайх и так далее. Другие ведущие авторы и молодые исследователи, как правило, располагаются рядом на графе за счет множественных взаимных цитирований.



Источник: составлено автором.

Рисунок 6 – Граф связей авторов (по силе взаимных цитирований)

В последние годы цитирования между организациями приобретают все большее распространение и свидетельствуют как о повышении уровня и открытости научной работы в данной сфере, так и о наличии межвузовских исследовательских команд, в том числе междисциплинарного характера. Научная работа по теме все чаще выходит за рамки отдельных университетов и академических институтов, приобретая более широкий характер исследований. Например, на графе рисунка 6 четко фиксируются взаимосвязи между авторами ведущих исследовательских центров Финансового университета и ВШЭ (Москва), МГУ им. М.В. Ломоносова и СПбГУ.

Однако линии разграничения между авторами все еще достаточно сильны, что обусловлено, прежде всего, профилизацией исследователей. Главной линией разграничения является научная отрасль, разделение на специалистов политических и социологической наук. Пересечения между этими сегментами остаются крайне низкими, что продиктовано различиями в подходах, методах и инструментах изучения сетевой гражданской активности. Социологи часто ограничиваются традиционными опросными методиками, доказывающими свою эффективность, в то время как политологи проявляют большую гибкость и готовность к научным экспериментам, используют самый широкий спектр методов исследования, включая математическое моделирование, построение социальных графов, когнитивное картирование, дискурс-анализ и прочее. Несмотря на изначальную гипотезу, идеологические различия между отдельными авторами и целыми исследовательскими группами обладают значительно меньшим потенциалом для дифференциации, чем научная профилизация специалистов. Распределение взаимосвязей с учетом силы взаимных цитирований представлены на рисунке 6.

В таблице 4 представлен круг российских авторов, являющихся своеобразными классиками данного направления среди отечественных исследователей. В первую очередь, в сегменте социологов (например, лидер российских авторов по количеству цитирований – О.Н. Яницкий). Большинство таких классиков приходится на зарубежных авторов, теоретиков сетевого общества и цифровых коммуникаций, а также массового поведения, протестного поведения, коллективных действий и психологии коммуникации, которые представлены в таблице 5. Именно на классиков приходится значимая доля цитирований зарубежных авторов. При этом у каждой крупной российской школы сформирован свой персональный перечень занимающихся данной проблематикой зарубежных современных авторов, преимущественно представляющих крупнейшие американские и британские университеты. Пересечения между ними среди других научных школ остаются низкими. Фиксируется явный приоритет современных

исследований со стороны недружественных государств и дефицит внимания российских специалистов к аналогичным исследованиям в странах Азии, Южной Америки, Ближнего Востока, Северной Африки.

Таблица 4 – Российские авторы-лидеры по количеству входящих цитирований

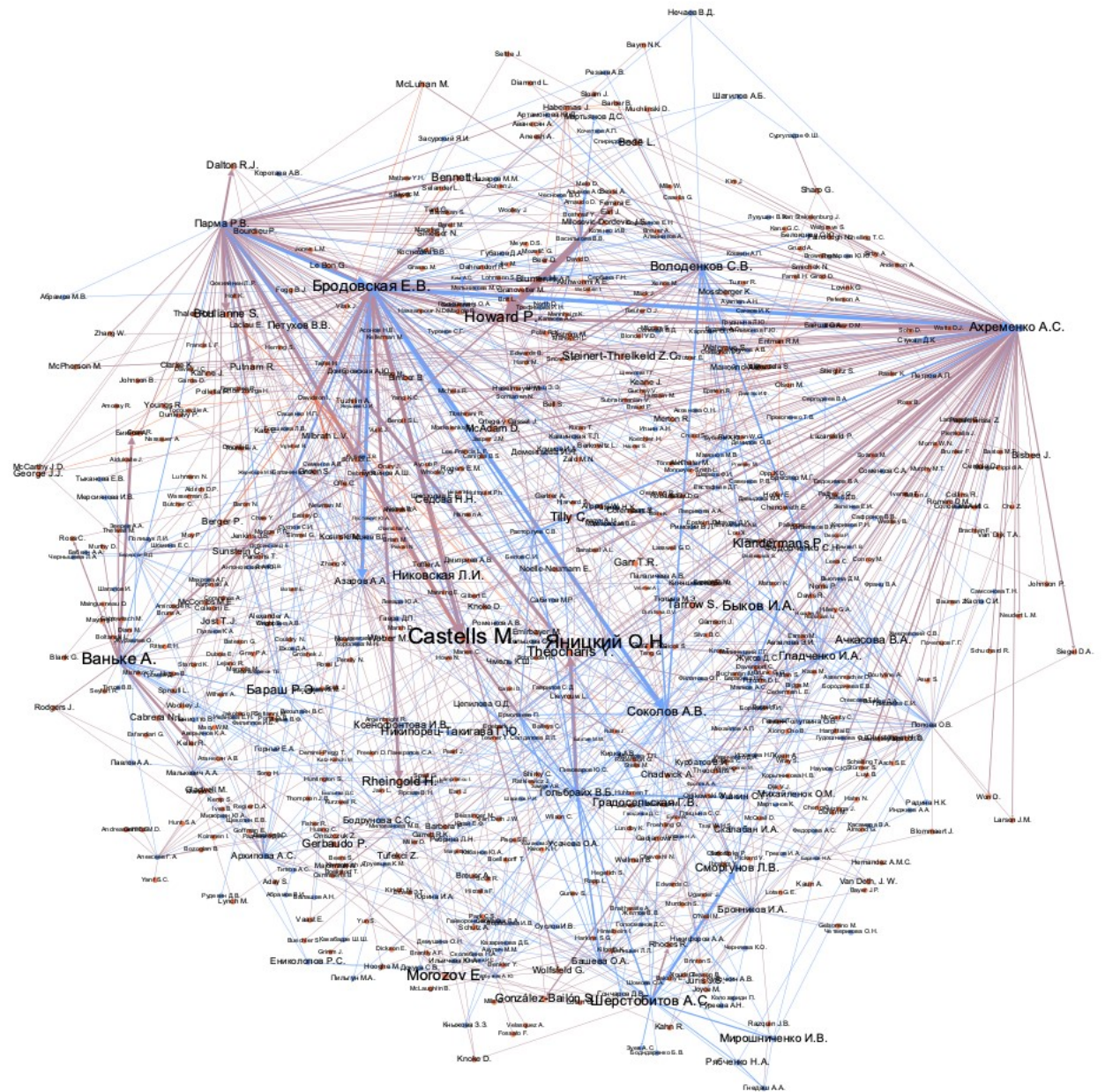
Фамилия, имя, отчество автора	Организация автора
1	2
Яницкий О.Н.	Институт социологии РАН
Ваньке А.В.	Институт социологии РАН
Бродовская Е.В.	Финуниверситет
Быков И.А.	СПбГУ
Шерстобитов А.С.	СПбГУ
Никовская Л.И.	Институт социологии РАН
Бараш Р.Э.	Институт социологии РАН
Володенков С.В.	МГУ
Ахременко А.С.	НИУ ВШЭ
Соколов А.В.	ЯрГУ
Мирошниченко И.В.	КубГУ
Никипорец-Такигава Г.Ю.	НИУ ВШЭ
Градосельская Г.В.	НИУ ВШЭ
Ачкасова В.А.	СПбГУ
Гладченко И.А.	СПбГУ

Источник: составлено автором.

Таблица 5 — Зарубежные авторы-лидеры по количеству входящих цитирований

Фамилия, имя, отчество автора	Государство автора
Castells M.	Испания
Morozov E.	США
Howard P.	США
Theocharis Y.	Германия
Rheingold H.	США
Klandermans B.	Нидерланды
Tilly C.	США
Gerbaudo P.	Испания
Tarrow S.	США
Bennett L.	США
González-Bailón S.	США
Boulianne S.	Франция
Steinert-Threlkeld Z.C.	США
Garr T.R.	США
Dalton R.J.	США

Источник: составлено автором.



Источник: составлено автором.

Рисунок 7 – Граф связей авторов по географической привязке
(синий – российские, красный – зарубежные)

В целом по массиву данных цитирования зарубежных источников составляют 65,4%, российских – 35,6%, соответственно. Ежегодно доля цитирований российских источников постоянно увеличивается. В среднем, с 15-20% в 2010-2016 годах до примерно 35-40% в 2017–2022 годах. Отдельные научные группы, преимущественно политологи, цитируют российские работы значительно чаще (Финуниверситет, МГУ, региональные центры), что видимо соотносится с идеологическими убеждениями авторов. Указанные сведения представлены в виде социального графа на рисунке 7. Также российские источники чаще цитируются

среди сегмента политологов и примерно на треть реже среди социологов. Кроме того, российские работы ожидаемо чаще цитируются в отечественных изданиях ВАК, чем в журналах, индексируемых международными научными базами.

В заключение параграфа 2.2 можно сделать общие выводы. Результаты мета-анализа ряда массивов зарубежных исследований влияния онлайн-коммуникаций на политическое участие показали слабые положительные эффекты, что расходится с доминирующими концептуальными положениями о возрастании активности из-за расширения цифрового пространства возможностей для индивидуального самовыражения и организации совместных действий. Мета-анализ российских исследований влияния цифровых коммуникаций на политическое участие выявил тенденцию снижения значения социальных медиа от высокого уровня до умеренного. Изменение тенденции связано с переходом от обзорных научных статей, продвигающих оценки и нарративы западных концепций, к прикладным исследованиям, использующим триангуляцию подходов и сочетание методов. Содержание выделенных трех волн российских тематических исследований в период 2010-2023 годов обусловлено рядом, прежде всего, внутренних событий, которые вылились в массовые акции протеста. Происходящие события стали основанием нарастающего числа исследований возможностей политической онлайн-мобилизации для организации массовых офлайн-акций с целью оспаривания власти, решения социальных и экологических проблем. Сетевой анализ релевантных статей по теме выявил ведущие исследовательские центры и ключевых исследователей, формирующих научные школы. Сетевой анализ релевантных статей позволил также определить круг наиболее цитируемых авторов, создающие исследовательские треки и приоритеты.

2.3 Методология и методика эмпирического исследования политической мобилизации в социальных сетях цифровых коммуникаций

Методология прикладного исследования строится на основании *неоинституционального, сетевого и конструктивистского подходов*. Сочетание подходов позволяет раскрыть возможности и ограничения структуры сетевой организации, механизмы формирования сообществ и способы информационного воздействия.

Неоинституциональный подход ориентирован на исследования влияния формальных и неформальных общественных норм или правил на поведение индивидов и сообществ. В целом институты в рамках неоинституционализма Д. Норт трактует как «правила игры», ограничения, установленные в обществе на

протяжении истории в процессе взаимодействия людей [88]. Институты структурируют поле зрения и фокусируют внимание на процессах, которые разрабатывает новые правила или «заимствуют» из существующего мира нормативные шаблоны. В рамках неoinституционализма политические институты рассматриваются во взаимосвязи формальных и неформальных норм, устанавливающих «правила игры» в обществе в целом и определенной социальной группе. Политические акторы действуют в организованной институтами среде. В свою очередь политические процессы переводят поведение акторов в структуры и нормы, устанавливая, поддерживая, трансформируя или устраняя институты. В целом политические институты понимаются как комплекс формальных и неформальных установлений в виде принципов, норм и правил, регулирующих политическую деятельность индивидов [331].

Новый институционализм подчеркивает относительную автономию политических институтов, возможности неэффективности в истории и важность символического действия для понимания политики. Значение политических институтов заключается в том, что они, обеспечивая стабильность и порядок, снижают транзакционные издержки взаимодействий между политическими акторами. Политические институты относительно организованы и автономны, способны создавать независимые эффекты. Политические акторы организуются и действуют в соответствии с правилами и практиками, которые социально сконструированы, общеизвестны, ожидаемы и приняты. В силу этих правил и практик политические институты определяют основные права и обязанности, формируют или регулируют распределение преимуществ, бремени и возможностей действий, устанавливают полномочия акторов для разрешения проблем и конфликтов [538].

В политической науке используются три основные направления неoinституционализма (исторический институционализм, институционализм рационального выбора и социальный институционализм), которые представляют различные «школы мысли» и разные «картины политического мира». В данном исследовании предпочтение отдано социальному институционализму, который в большей мере соответствует раскрытию избранной темы и решению поставленных задач. В этом течении институты широко представлены в виде как формальных правил, процедур и норм, так и систем символов, когнитивных сценариев и моральных шаблонов, которые обеспечивают «рамки смысла», направляющие действия индивидов. С позиции социального институционализма организации принимают определенные институциональные формы или практики не из-за

повышения эффективности средств и целей, а из-за повышения социальной легитимности, ценности в определенной культурной среде [512].

Сетевой подход характеризуется как метатеория исследований сложных и изменчивых структур общества, на основании которой сформулированы производные концепции, объясняющие современную реальность [362]. Такой подход в научных исследованиях выступает альтернативой редукционистским моделям, фокусируясь на анализе взаимосвязей между акторами. Сетевой подход рассматривает структуру связей между акторами, которыми выступают индивиды, группы и организации. Положение акторов в сети, их статус и влияние ставится в зависимость от содержания, направленности и силы связей [365]. В целом сетевой подход строится не на поиске линейных причинно-следственных связей, а на изучении взаимодействия и координации действий участников сообществ [361]. В настоящее время объяснительный потенциал сетевого подхода стал еще более востребованным благодаря возможностям обработки больших данных и машинного обучения.

В рамках подхода разработан эмпирический инструментарий сетевого анализа, который строится на выявлении множества объектов, обозначаемых узлами или акторами, и отношений взаимодействий между ними, обозначаемых связями [181]. Отношения взаимосвязи между акторами в обществе представляют большую важность, чем присущие им атрибутивные качества. Особенности социального поведения сетевых акторов выявляются посредством анализа отношений, возникающих при организации совместных действий [495]. Современные исследования опираются на методику построения социальных графов и алгоритмы анализа данных, что позволяет визуализировать и количественно оценивать сетевые структуры. Основные параметры сетевого анализа заключаются в выявлении центральности ключевых акторов, в проведении кластеризации сообществ, в определении плотности и связности социальной сети, в учете мультиплексности формальных и неформальных типов связей.

Сетевой подход позволяет анализировать политические процессы через призму взаимодействий акторов, структурных связей и сетевых конфигураций. В отличие от классических теорий, рассматривающих политику как взаимодействие атомизированных индивидов или жестких структур, сетевой анализ ориентирован на рассмотрение связей между узлами, которыми выступают политические акторы и организации. Сетевой подход позволяет выявлять скрытые паттерны влияния, каналы коммуникации и структурные ограничения в политике. Перспективные направления связаны с анализом онлайн-офлайн взаимодействий гибридных сетей, с экспериментальными игровыми моделями сетевого поведения, с нейросетевыми

методами прогнозирования политических изменений. Несмотря на потенциал, сетевой подход сталкивается с проблемами обеспечения качества данных из-за неполноты информации о связях, изменчивости политических сетей, переоценки структурных факторов при интерпретации результатов.

В современную информационную эпоху противоречивые общественные изменения происходят посредством формирования интерактивных сетей, организующих и мобилизующих индивидов. Интернет выступает как способ организации сообществ и инструмента общественных преобразований. Интернет создал виртуальную карту, на которую наносятся сети и узлы, связываемые генерируемыми информационными потоками. В конфигурации сетевого пространства происходят разнонаправленные процессы объединения и распада, концентрации и децентрализации [66]. Глобальное сетевое управление, мировые информационные сети, масштабные общественные движения организованы вокруг пространства информационных потоков, которое формируется из трех компонентов: мест локализации действий, материальных средств коммуникации и информационного контента [67].

Конструктивистский подход в общественных науках объясняет коллективное поведение посредством индивидуальных интерпретаций существующих объектов или происходящих событий при взаимодействии между людьми. Конструктивизм исходит из формирования реальности и знаний, которые являются продуктами социального взаимодействия, регулируемого сложившимися нормами, практиками и отношениями. Ключевое положение подхода заключается в том, что человек в процессе деятельности конструирует мир, в котором экстернализирует себя, проецируя собственные значения на реальность [29]. Конструктивизм трактуется как подход к социальному анализу, изучающий роль человеческого сознания в общественной жизни. С позиции конструктивистского подхода человеческое взаимодействие обусловлено прежде всего идейными, а не материальными факторами. Наиболее важными идейными факторами являются широко разделяемые «интерсубъективные» убеждения, определяющие интересы и идентичности целеустремленных субъектов. Конструктивисты сосредотачивают внимание на роли идей, норм, знаний, культуры и аргументов в политике [500]. Структуры и акторы находятся во взаимозависимых отношениях, способствуя в процессе конституирования друг друга воспроизводству и трансформации социальных порядков.

Французский философ Вивьен Берр обозначил четыре общие посылки для всех социально-конструкционистских подходов. Критический подход к знаниям о мире состоит в том, что их не следует принимать за объективную реальность.

Представления о мире не являются отражением «внешней» реальности, а являются результатом способов их категоризации. Знания культурно детерминированы, являясь продуктом взаимодействий между людьми. Репрезентации мира исторически обусловлены, мировоззрение и идентичности меняются с течением времени [139]. С позиции конструктивистского похода истинное знание обусловлено культурно-историческим, ситуационным и локальным контекстом. Поиск объективных знаний должен производиться в культуре и языке, социальных отношениях и нормах. Человек не отражает, а конструирует мир, разделяя и связывая, комбинируя и структурируя посредством категоризации объектов, впечатлений и переживаний. При взаимодействии люди совместно создают «реальный мир», используя общие языковые формы и формируя согласованные представления [423]. Знания не отражают реальность, формируются посредством категоризации, производятся при взаимодействии и подвержены изменениям.

Для конструктивизма интерес представляют не столько организация институтов, систем и структур, сколько наделение смыслами возникающих концептов и происходящих событий. Главным принципом стали намерения прояснить как создается смысл в социальных группах и как он влияет на социальное взаимодействие [188]. Структуры социальных групп формируются при взаимодействии индивидов, в процессе которого устанавливаются отношения и конструируются институты. Социальный конструктивизм ориентирован на понимание смысла человеческой деятельности, выражаемой в символическом языке. Понимание смысла символических форм возникает при социальном взаимодействии. Создание смыслов обусловлено социокультурными и историческими процессами, происходящими на определенной территории. Люди конструируют себя в изменчивых социокультурных условиях, создавая дискурсы для своего определения при взаимодействии с другими. Социальный конструктивизм с критических позиций стремится раскрыть неосознаваемые механизмы функционирования и управления социальным миром [76]. В рамках конструктивистского подхода ключевым методом исследования является интерпретация [247].

В целом конструктивистский подход не приемлет как материалистического детерминизма, так и теорию рационального выбора, состоящую в расчете индивидом приобретений и издержек прежде, чем предпринимать действия. Конструктивизм как методологический подход в политических исследованиях объединяет некоторые идеи теорий неоинституционализма, когнитивистики, коммунитаризма, постмодернизма, а также концепций общества знания, политического дискурса, коммуникативного действия, социальных движений и др.

Сущность конструктивистского подхода сводится к формированию «интерсубъективных» идей, мнений и верований, которые проявляются в общественных отношениях, выраженных в принятых нормах, правилах, традициях, системе власти, обмене ресурсами и др. Социальные системы понимаются как конструкты социальных действий, которые формируют систему отношений между людьми, имеющими определенные интересы и цели. При взаимодействии люди ведут себя скорее как ценностно-рациональные субъекты, которые закрепляют факты, идеи и знания в результате совместных коммуникативных практик, конструируя социальную реальность [403].

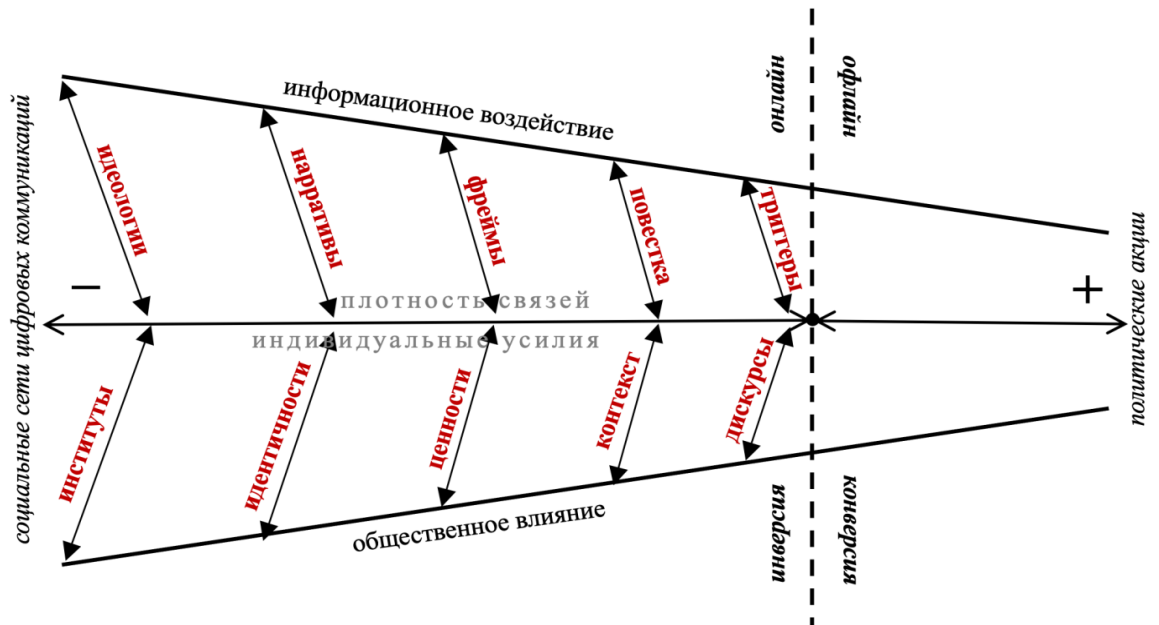
Социальное конструирование связано с наделением культурными характеристиками и формированием образов целевых групп населения, на поведение и положение которых обычно влияет государственная политика. Социальное конструирование производится в виде позитивных или негативных суждений о группе либо человеке, выражаемых в нормативных и оценочных формах посредством символического языка, метафор и историй. Социальные конструкции влияют на политическую повестку дня и выбор политических инструментов, а также на обоснования, которые оправдывают политический выбор. Они становятся частью политики как связанные с общественными дискурсами сообщения, которые воспринимаются гражданами и влияют на их политические предпочтения и поведение [565]. Например, социальный конструктивизм рассматривает национализм, политические этнические движения как продукты дискурсивных практик.

С крайних позиций конструктивистского подхода социальные общности являются интеллектуальными конструкциями ученых, экспертов и политиков, которые через систему образования и СМИ навязывают обществу собственные идеи и формируют общественные представления. Конструктивизм рассматривает нации как социальные конструкции без реальных исторических и культурных оснований [436]. Разновидностью политического конструктивизма выступает концепция символического конструирования мифо-героической политической реальности. Доминирующее положение власти в отношении формирования символического капитала произвольно определяет политическую реальность как мир героического мифа. Героическая репрезентация власти, как правило, предпринимается в моменты социального перелома, когда требуется заново означить и переосмыслить политику. Процесс героической репрезентации представляет собой коммуникацию в политико-культурном контексте. Коммуникационное предназначение героических символов состоит в том, чтобы скорректировать картину мира политики как представление о социальном порядке [449].

Таким образом, конструктивизм как теоретико-методологическая парадигма акцентирует роль социальных конструктов, дискурсов и идентичностей в формировании политической реальности. С позиции конструктивистского подхода политическая реальность не существует априори, а конструируется через социальные практики и коллективные представления. Политика заключается не только в борьбе за власть и ресурсы, но и в борьбе за смыслы. Политические акторы такие как государства, партии, движения и лидеры не обладают фиксированной сущностью, так как их возможности, их идентичность и интересы формируются в процессе взаимодействия. Институты и правила существуют не только как формальные структуры, но и как intersubjective убеждения.

Модель эмпирического исследования политической мобилизации в социальных сетях цифровых коммуникаций строится исходя из обозначенных подходов. Активность сетевых сообществ индивидов находится в зависимости от силы социального и информационного воздействия. Социальное влияние происходит при действии совокупности факторов, среди которых институты, идентичности, ценности, контекст и дискурсы. В свою очередь информационное воздействие осуществляется под давлением набора факторов, в который входит идеология, нарративы, фреймы, повестка и триггеры. Перечень социальных и информационных факторов определен на основе выше приведенного массива концептуальных и тематических исследований политической мобилизации. Каждый фактор социальной и информационной среды сопряжены между собой исходя из лучшего соответствия, взаимодополняемости и обусловленности, что не исключает иных комбинаций в конструировании системы воздействия на сетевые сообщества.

Факторы оказывают воздействие на индивидов, включенных в сетевые сообщества цифровых коммуникаций, которые образуют *мобилизующие структуры*. Усиление информационного и социального давления активизирует процесс мобилизации в социальных сетях. Воздействие факторов повышает напряжение в сети, мотивирует индивидов прилагать усилия для активного взаимодействия, что увеличивает плотность связей. Нарастание активности в онлайн-среде приводит к *конверсии*, переносу совместных действий в офлайн-среду, что выливается в политические акции различного масштаба, длительности и интенсивности. Далее рассмотрим содержание каждого элемента сконструированной модели политической онлайн-мобилизации, обозначенной на следующем рисунке 8.



Источник: составлено автором.

Рисунок 8 – Модель политической мобилизации онлайн в социальных сетях

Социальное влияние и информационное воздействие. Исследователи часто используют понятие влияние и воздействие как тождественные. Однако воздействие в отличие от влияния носит более направленный характер в соответствии с поставленными субъектами целями и задачами. Применительно к управлению общественными процессами, учитывая сложность организации отношений, в большей степени соответствует социальное влияние. Тогда как массовые коммуникации позволяют производить информационное воздействие на общество в целом и адресные аудитории. Информационное воздействие изменяет когнитивные установки в сознании индивида, включая системы политических ценностей [380].

В действительности и абстрактных моделях социальное влияние и информационное воздействие тесно взаимосвязаны и взаимообусловлены. Так М. Дойч и Г. Джерард выделили механизмы социального влияния большинства и меньшинств в обществе. Большинство формирует нормативные механизмы, опираясь на общественные устои и культурные традиции. Меньшинства используют информационные механизмы, распространяя свои идеи и подвергая пересмотру существующий порядок. Большинство оказывает нормативное давление на общество, единство которого объединяется посредством внешнего конформизма. Меньшинства оказывают информационное воздействие посредством внутреннего конформизма индивидов, которые перенимают новые мнения [487].

Согласно теории социального давления Б. Латанэ, индивиды оказывают воздействие на других индивидов в ситуации реального или гипотетического присутствия, вызывая множественные изменения психологического состояния, эмоций, чувств, ценностей, убеждений, знаний, мотивов и реакций. Подпадая под социальное давление, индивиды становятся «мишенями», которые подвергаются воздействию «мультипликативной функции силы», зависимой от непосредственности влияния и количества аудитории. Эффекты информационного воздействия также обусловлены властью коммуникатора, а также положением, значимостью, важностью или интенсивностью информации [538].

Всеобъемлющее социальное влияние предполагает изменение поведения, эмоций и мыслей индивида по отношению к определенным стимулам, которыми могут быть социальные проблемы, материальные ценности и совместные действия. Социальное влияние оказывает множество агентов при убеждающем воздействии на поведение значительного числа объектов-«мишеней» [58]. В результате давления группы происходит конформистское изменение поведения или убеждений индивида, что проявляется в уступчивости, состоящей в согласии следовать внешним требованиям при внутреннем неприятии, или одобрении, сочетающее согласие с внешними требованиями и внутренним принятием. При этом сила социального давления может вызвать реактивное сопротивление личности, намеренной противодействовать принуждению, что может привести к мотивированному стремлению к свободе и бунту [77].

Социальное влияние в широком смысле состоит в том, что одни люди оказывают воздействие на убеждения и поведение других людей. В поведении человека выделяют три различных типа реакции на социальное влияние: подчинение, идентификацию и интернализацию. При наименее продолжительной реакции подчинения индивид стремится получить поощрение и избежать наказания. При идентификации индивид желает походить на референтного человека или на членов референтной группы. При интернализации, наиболее устойчивой реакцией на социальное влияние, индивид демонстрирует приверженность определенным ценностям или убеждениям. Социальное влияние вызывает различные реакции индивидов, так как они испытывают различное доверие к коммуникатору.

Степень социального влияния, определяющего индивидуальные и групповые суждения, также зависит от контекста, заданного альтернативами поведения, ситуативными установками, формулировками выбора и способами информирования. Создаваемые «творцами контекста», к которым относятся политики, журналисты и рекламодатели, рамки влияют на восприятия и суждения индивидов, обуславливая принятие нужных решений в создавшейся ситуации.

Информационное воздействие зависит от упорядочения контента. На общественное суждение влияет способ его расположения и распространения, в частности первичность и объем поступления информации. Факторы первичности и недавности, а также интенсивности во многом формируют эмоциональные впечатления и определяют силу информационного воздействия [27].

Нормы и ценности выступают основой социальной жизни, обеспечивая порядок, согласие и устойчивость как на макроуровне общества, включая его историю и культуру, так и на микроуровне межличностных отношений, проявляемых в установках и поведении. Нормативное влияние заключается в процессе групповой конформности, которая возникает под социальным давлением на основании психологических механизмов поощрения и наказания, одобрения и осуждения, принятия и отвержения. Конформизм строится как на иррациональном желании и эмоциональном чувстве индивидов принадлежать к социальной группе, так и на рациональном намерении и инструментальных отношениях, ориентированных на достижение общей цели. Образующие в процессе взаимодействия зависимости наделяет одних властью над другими посредством контроля их поведения. Социальная конформность возрастает по мере усиления нормативной и информационной зависимости индивида от окружения, так реализуется относительная власть группы над ее участниками. В обратном случае, когда в сообществе диктует правила лидер, реализуется относительная власть индивида над группой. Стремление индивидов повысить влияние в группе провоцирует возникновение социальных конфликтов, их разрешение либо их избегание. Таким образом, возникает три модальности социального влияния: инновации, нормализации и конформности [54].

Согласно М. Кастельсу, власть осуществляется посредством принуждения, пользуясь монополией государства на насилие, и конструирования смыслов в сознании людей, применяя технологии символического манипулирования. Власть, заключаемая в способности формировать сознание людей, предопределяет индивидуальные и совместные действия, сохраняет порядок и покорность, добиваясь общественного согласия и устанавливая правила. Установление общественных норм происходит посредством коммуникации, формирующей сознание взаимодействующих индивидов. Сражение за определение норм в обществе и применение этих норм в повседневной жизни происходят вокруг формирования человеческого сознания [67].

Социальная власть на протяжении истории, особенно в сетевом обществе, держится, создавая посредством коммуникации смыслы в сознании людей. В современном обществе формирование смыслов происходит в глобальных

и локальных сетях мультимедийных коммуникаций, включая массовую самокоммуникацию в Интернете и других горизонтальных социальных медиа. Процесс конструирования смысла происходит в культурном контексте, который является одновременно глобальным и локальным и характеризуется большим разнообразием. Процесс символического конструирования во многом зависит от контента, который создается, форматируется и распространяется в сетях коммуникаций. Каждый индивид конструирует в сознании собственный смысл, интерпретируя сообщения на основании ментальной обработки обусловленной средой общения [476].

Действенным и устойчивым источником силы власти является формирование смыслов в сознании людей. Однако отношения в обществе сотканы из противоречий и сопровождаются конфликтами, возникает контрсила, продвигающая свои интересы и ценности и бросающая вызов власти. Основная борьба за власть заключается в битве за построение смыслов в сознании людей. Смыслы создаются при объединении нейронных сетей индивида с природными и социальными сетями. Сеть управляется актом коммуникации, которая состоит в обмене смыслами, заложенными в информацию. Для общества в целом ключевым источником социального производства смысла является процесс межличностного общения. Цифровые технологии расширяют охват сетевыми коммуникациями всех областей социальной жизни. Процесс конструирования смысла во многом зависит от сообщений и фреймов, создаваемых, формируемых и распространяемых в мультимедийных коммуникационных сетях [141].

Социальное влияние происходит в процессе коммуникации, когда при общении происходит обмен информацией и мнениями, и в процессе сравнения, когда агент определяется с идентичностью, желает социального одобрения действий и стремится занять положение в группе [593]. Социальные сети создают пространство взаимодействия агентов, которые оказывают влияние и подвергаются влиянию. Свойства социальных сетей обуславливаются динамикой изменений мнений агентов, их статусом, доверием, конформизмом, числом контактов, интересами, нормами, активностью, склонностью к кооперации или конкуренции, а также их ассиметричным информационным влиянием, коммуникационным взаимодействием и управлением медийными потоками. Воздействие структуры организации социальных сетей на динамику мнений вызывает ряд эффектов, так прирост количества связей расширяет возможности оказывать влияние в сообществе. Большая плотность связей повышает возможности повлиять на мнение агентов, слабые связи в большей степени способствуют широкому распространению информации [53].

Информационное воздействие в социальных сетях стало ключевым элементом современной политической коммуникации. С распространением цифровых технологий социальные сети превратились в важнейшую площадку для политической и социальной мобилизации. Социальные сети радикально трансформировали политическую коммуникацию, создав условия для гибридной мобилизации, где традиционные иерархические структуры дополняются либо замещаются сетевой организацией. Алгоритмическое управление информационными потоками создает условия для целенаправленного информационного воздействия, способного как стимулировать гражданскую активность, так и дестабилизировать общественные процессы. Под влиянием цифровых платформ социальных медиа преобразуются в механизмы формирования общественного сознания.

С расширением аудитории социальных медиа претерпевала изменения модель политической коммуникации между властью и обществом. Если традиционные СМИ функционировали в рамках односторонней модели вещания, то цифровые платформы обеспечили возможность реализации модели многоуровневого взаимодействия. В интерактивной модели политической коммуникации пользователи становятся одновременно реципиентом и распространителем сообщений, что создает новые возможности для информационного воздействия, усиливая риски манипуляции общественным мнением и фрагментации публичного дискурса. Классические теории пропаганды (Г. Лассуэлл, Э. Херман и Н. Хомски) фокусировались на контроле над информационными потоками. В цифровую эпоху ключевое значение приобретают не только контент, но и алгоритмы, определяющие его распространение.

Социальные сети радикально изменили ландшафт политической коммуникации, создав условия для демассификации медиа, возникновения «алгоритмической публичной сферы», распространяя «постправды» как доминирующего режима политического дискурса. Цифровая архитектура воздействия социальных сетей кроется в конструировании реальности посредством нейрофизиологических технологий восприятия контента, связанных с эмоциональной валентностью, когнитивными искажениями и алгоритмами рекомендаций. Алгоритмы социальных медиа приоритизируют эмоционально заряженный и поляризующий контент, что ведет к гомофилии, то есть объединению пользователей в идеологически однородные кластеры, и радикализации из-за постоянной демонстрации крайних общественных позиций. При этом сообщения подстраиваются под страхи и ценности узких групп, что приводит к усилению информационного воздействия. Современные способы информационного

воздействия в социальных сетях состоят в скрытом управлении потоками информации, использующем технологию микротаргетирования контента, эффекты «эхо-камер», продвижения дипфейков, создание бот-аккаунтов.

В современном обществе происходит медиатизация политического участия, а логика медийности начинает доминировать в политических процессах. В цифровую эпоху это проявляется в геймификации активизма и визуализации политики, когда выразительные образы преобладают над рациональной аргументацией. В публичной сфере коммуникаций происходит замещение модели рационального дискурса конфликтными фреймами, где доминируют упрощенные нарративы и броские заголовки. Технологии сбора и обработки больших данных по цифровым следам пользователей позволяют сегментировать аудиторию, адаптируя сообщения под психологические профили индивидов. Таргетированные методы распространения контента превращают социальные медиа в инструмент персонализированной пропаганды.

Мобилизующие структуры. В концепциях социальных движений мобилизующие структуры определяются как формальные, так и неформальные средства, с помощью которых люди объединяются и участвуют в совместных действиях. В качестве возможных частей мобилизационной структуры движения рассматриваются социальные группы, организации и сообщества. Участие социальных движений в политических кампаниях требует значительных усилий для активации сетевой структуры. Сетевые структуры, обладающие высоким потенциалом мобилизации, для эффективного функционирования должны быть собраны, приобщены и адаптированы [193]. Мобилизационный потенциал движения обуславливает включенность в социальную структуру общества посредством социальных сетей. Посредством социальных сетей материальные, социальные, культурные и моральные ресурсы накапливаются и перераспределяются для использования в совместной деятельности [154]. Причем решающую роль играет не отдельный политический актор, а сеть сторонников политического актора. Сетевой структурой сторонников актора движет не столько личная выгода, сколько идентичность, идеология и эмоции [521].

Социальные сети оказываются особенно востребованными при построении мобилизующих структур в период повышения общественной активности. Обычно сетевые структуры погружены в текущую деятельность либо находятся в «спящем режиме», но при возникновении триггеров, вызванных обострением проблем или резонансными событиями, выводятся из состояния бездействия. Для взрывной активации социальным движениям необходимо сохранять оптимальную структуру организации активистов и широкую сеть сторонников [546]. Мобилизационные

структуры могут включать сети, специально созданные для организации движений, или неформальные сети сообществ сторонников, а также существующие вне социальных движений, которые могут быть как формальными, например, политические партии и общественные организации, так и неформальными, например, социальные ассоциации и сетевые сообщества [195]. Так мобилизационная структура может быть образована из формального и неформального типа сетей, существующих как внутри, так и вне социального движения.

Интернет стал основным средством коммуникации общественных движений, которые его используют в политическом процессе для информирования, рекрутинга и организации сторонников. В информационную эпоху мобилизация общественных движений происходит на основе культурных ценностей и идей в процессе перекодирования смыслов развития государственных и общественных институтов. Движения в сетевом обществе заполняют разрывы при взаимодействии сторонников, вызванные кризисом вертикально-интегрированных массовых организаций индустриальной эпохи, такими как политические партии, профсоюзы и общественные ассоциации. На смену официальным организациям, отстаивающим интересы социальных слоев, приходят общественные объединения, утверждающие системы ценностей, мобилизуемые спонтанно и движимые эмоциями, часто реагирующие на новостные события и решения властей. Интернет для многих становится доступным способом самовыражения и организации манифестаций [66]. В целом Интернет открыл широкие возможности для организации виртуальных действий, так как онлайн-сети стали платформами для объединения участников и инструментами обмена информационными и финансовыми ресурсами. Кроме того, Интернет стал открытой платформой для коллективных действий как среди активистов, так и среди не-активистов, а периферийных участников стало легче убедить принять участие в онлайн-действиях [562].

В современной трактовке сетевые структуры мобилизации являются связующей тканью между организаторами и участниками. Через сетевые структуры мобилизуются как ресурсы, так и сторонники. По мере того, как меняются сети гражданского общества, меняются и возможности организаторов. Если в прошлом «традиционные» иерархические организации, такие как профсоюзы, партии и церкви, были основными способами мобилизации участников к действию, то сегодня многие из них, теряя своих членов, перестают быть массовыми объединениями, утрачивая свое влияние. В современном обществе возникают новые, более свободные и неформальные структуры, что способствует расширению репертуара политической мобилизации. Для мобилизации сторонников могут быть

использованы сетевые связи активистов в онлайн или офлайн. Причем сторонники, не связанные напрямую с мобилизационными структурами, организующими совместные действия, могут рассчитывать на мобилизацию без организации, через межличностные сети общения, СМИ, Интернет-сайты и социальные медиа.

В современном мире, как отмечают Р. Инглхарт и К. Вельцель, расширение открытости людей создает возможности массовой мобилизации людей посредством «наводящих мосты» связей для участия в коллективных действиях и социальных движениях, вырываясь из замкнутых групп и преодолевая границы стран. Интернет стал виртуальной структурой мобилизации, сняв необходимость установления прочных связей участников коллективных действий [63]. Социальные медиа и цифровые технологии способствовали формированию социальных движений, которые децентрализованы, неиерархичны и географически распределены [505]. Современные исследователи подразделяют онлайн-сообщества, ведущие мобилизационную подготовку совместных действий (e-mobilizations) и тактическую содержательную деятельность (e-tactics) [153]. Кроме того, выделяются онлайн-структуры, ориентированные на общение внутри сообщества (e-communities) и на совместные действия в рамках социальных движений (e-movements) [491]. Социальные медиа способствуют более широкому участию сторонников движений в коллективных действиях [535]. Мобилизующие структуры относятся к механизмам, которые поддерживают общественное движение, обеспечивая привлечение участников, координацию работы и лидерские практики.

Между тем в научных исследованиях вопрос о степени влияния цифрового участия на общественные изменения остается спорным. Скептики, обычно апеллируя к слактивизму или кликтивизму, считают, что незначительные усилия и слабые приверженности (например, подписание онлайн-петиций, ретвитинг, мобилизация вокруг хэштегов), не способствуют существенным изменениям. Многие исследователи, напротив, отмечают, что цифровые медиа имеют решающее значение для современного активизма, даже малые кликтивистские усилия являются политически значимыми, способствуя участию в совместных действиях офлайн. Люди участвуют в онлайн-активизме по широкому спектру уровней активности: от лайков и обмена контентом до постоянных политических дискуссий и участия в качестве лидеров сообществ. Слабые онлайн-действия активистов помогают поднять темы и проблемы активистов до уровня общественной известности, необходимого для принятия или блокирования политических изменений [504].

Онлайн-участие в движениях предполагает различные роли и сетевые позиции. Различия в уровне активности участников объясняются человеческим и социальным капиталом, который они приносят в движение [488]. Исходя из

иерархии политического участия Л. Милбрата, в которой активность подразделяется на зрительский, переходный и гладиаторский уровни, Дж. Джордж и Д. Лейднер на основе обзора тематических исследований выделяют десять видов деятельности цифрового активизма [199]. К ним относятся не требующие приложения усилий действия цифровых зрителей: кликтивизм, голосование, утверждение; требующие умеренных усилий цифровые переходные действия: электронное финансирование, политическое потребительство, цифровые петиции и ботивизм; требующие значительных усилий цифровые гладиаторские действия: активизм данных, разоблачение и хактивизм [507].

Координация активности в социальных сетях понимается как форма организационных усилий по привлечению внимания общественности или прямой логистики мобилизации. Координационный потенциал коммуникационных сетей способствует организации демонстраций, протестов, беспорядков и изменениям в общественном мнении. С одной стороны, цифровые технологии коммуникации превращают межличностные сети в массовые структуры, которые постоянно «пульсируют информацией». С другой стороны, социальное влияние оказывает от умеренного до сильного воздействия, возникает крупномасштабная координация независимо от основной структуры коммуникации и предрасположенности сторонников к действию [560]. Слабые и сильные связи, организационные сети, межличностное общение, средства массовой информации и социальные медиа используются в кампаниях по мобилизации участников для организации совместных действий [521].

Факторы политической мобилизации в социальных сетях

Институты и идеология. С позиции социального неoinституционализма *институты* рассматриваются как формальные и неформальные нормы, а также устойчивые структуры и практики взаимодействия, установленные и фиксируемые в определенных культурных контекстах. В. Меркель и А. Круассан понимают институты как относительно устойчивые образцы социальных связей и легитимных норм, обладающих возможностью регулирования отношений между людьми и разрешения общественных проблем [356]. В рамках социального институционализма Д. Найт полагает, что правило становится институтом в случае признания сообществом в качестве должной нормы поведения в определенной ситуации. Исходя из этого институты определяются как «правила, воплощенные в убеждениях» [180]. Э. Клеменс и Дж. Кук рассматривают институты как ограничения и предписания, схемы или способы мышления о мире [482].

В нормативной версии социального неoinституализма Дж. Марча и Дж. Олсена институты понимаются как общественные представления о должном поведении, социальные конструкции, регулирующие отношения между индивидами. Формальные и неформальные нормы регулируют поведение индивидов, обуславливая их идентичности и действия в определенных ситуациях. Институты обладают качествами относительной устойчивости, инвариантности и изменчивости. Социальные конструкции включают в себя структуры, правила, стандарты и процедуры поведения. В их трактовке институты определены как наборы установленных норм и организованных практик, встроенных в структуры смысла и ресурсов индивидов в изменяющихся условиях. Правила и практики обуславливают поведение индивидов, предписывая им вести себя соответствующим образом в определенных ситуациях [191].

Институты уполномочивают и ограничивают действия индивидов в соответствии с предписывающими правилами. Сформированные институты подкрепляют уполномоченные на наложение санкций лица, обеспечивающие соблюдение установленных правил. Общие цели, обусловленные групповыми идентичностями, придают направление и осмысленность действиям, а также объясняют и легитимируют поведенческие нормы. Поведение индивидов в организации направляет «логика уместности», которая кроится в том, что формальные и неформальные «нормы обуславливают действия тех, кто в них действует». Институты в культурной интерпретации рассматриваются как организованные сообщества, которые объединены общими ценностями, мировоззрением, видением и опытом. С позиции неoinституционализма правила, процедуры, нормы и идентичности являются как инструментами стабильности, так и аренами изменений в обществе.

П. Димаджио полагает, что установленные нормы-правила ограничивают определенные действия либо способствуют определенным действиям. Отношения между индивидом и институтом строятся на «практическом рассуждении», посредством которого индивид оперирует институциональными шаблонами, распознавая и интерпретируя ситуацию для определения направления действий. Общие институциональные практики возникают в процессе взаимодействия индивидов в процессе интерактивного обсуждения общих проблемах участниками сообществ. На основе эмоционального обмена информацией индивиды создают общие когнитивные карты институциональных практик [490]. Таким образом, в социологической интерпретации ключевое значение институтов сводится к созданию смысла действий для индивидов в рамках приемлемых моделей поведения и культурных норм.

Идеология влияет и направляет общественные действия посредством систем политических убеждений безотносительно от ориентации на революционные, реформистские или консервативные изменения [221]. Исходя из этого идеология определяется как ориентированная на действия система политических убеждений [393]. Идеология представляет широкий диапазон идей о природе идеального или «хорошего» общества, которые охватывают вопросы политического устройства, роли государства и приемлемых форм дифференциации людей. Посредством идеологий происходит политическая мобилизация масс в поддержку проектов переустройства общества, призванных трансформировать реальный мир. [121]. Идеология на общественном уровне предстает в виде набора символических форм, состоящего из идей, смыслов, образов, действий и вещей, а на индивидуальном уровне в виде убеждений и интерпретаций, усвоенных в процессе социализации. Исходя из этого идеология понимается как «социально обусловленные способы отражения реальности, влияющие на политическую практику» [348].

Ряд исследователей рассматривают политические идеологии в рамках когнитивного и конструктивистского подходов [338]. В интерпретации П. Рикера идеология формирует общество через социальное воображение. Идеология выполняет в обществе манипулятивную, легитимирующую и интегративную функции, каждая из которых задают уровни анализа. На начальном уровне происходит искажение социальной реальности, которая предстает в сфабрикованном заданном виде, лишенном негативных характеристик. На среднем уровне происходит легитимация власти посредством создания ценностных концептов, закрепляющих праведность правления в общественном сознании. На фундаментальном уровне происходит социальная интеграция, осуществляемая путем формирования общей идентичности сообществ посредством воспроизводства символических событий и конституирования социальной памяти. При анализе функционирования идеологий необходимо учитывать социальный контекст, раскрыть интерпретационный код легитимации власти, учитывать символические искажения социальной реальности [219].

Д. Томпсон идеологию рассматривает в качестве конструирующих социальные отношения символических форм власти, значение и смысл которых устанавливает и поддерживает отношения доминирования. Символическими формами обозначаются множество действий, высказываний, текстов и образов, создаваемых и узнаваемых как смысловые конструкции. В современных обществах отношения доминирования не сводятся к классовому господству и отчаются разнообразием проявлений. Идеология предоставляет многообразные способы

установления и поддержания отношений господства, мобилизуя общество посредством символических форм. Тотальная медиатизация культуры общества, порождающая и распространяющая символические формы, позволяет идеологическим концептам захватывать сознание индивидов, обуславливая их общественные действия. Идеология формирует общественное сознание посредством легитимации, сокрытия, унификации, фрагментации и реификации. Легитимация направлена на принятии обществом существующих отношений господства, а сокрытие позволяет их закамуфлировать, унификация создать представление о общественном единстве, фрагментация способствуют ослаблению оспаривающих власть оппозиционных групп, реификация увековечивает традиционные отношения господства [234].

В современном мире производством символических форм идеологий, которые вышли за рамки политических текстов, наряду с интеллектуалами занимаются СМИ. Согласно М. Фридену, современные идеологии стали «комплексами идей», поэтому при их анализе следует выявлять образованные ими кластеры политических конструктов в определенных культурных контекстах [503]. Идеологии структурируются из элементов концептов, которые складываются из идей, упорядочивающих набор связанных представлений. Морфологический анализ идеологий производится, исходя из разделения на уровни микроэлементов, концептов, макрокластеров, а также распределения на ядерные, смежные и периферийные концепты. Так ядерными концептами в либерализме является свобода, в консерватизме порядок, в социализме равенство и справедливость. Формирование идеологии происходит в результате конкуренции концептов за доминирование в структуре и в повестке дня. Идеология выполняет как функции легитимации, интеграции, социализации в обществе, так и функции упорядочения, упрощения и ориентации деятельности [157].

Идеология представляет собой типичные формы выражения политической мысли, которые освещают центральные идеи, явные предположения и невысказанные предубеждения, которые определяют политическое поведение. Идеологии также являются влиятельными видами политической мысли, обуславливая рамки принятия решений и политических действий. Идеологии являются инструментами удержания власти и проведения государственной политики, а также инструментами расширения возможностей гражданского общества. Идеологии являются примерами жизненной силы, достигаемой путем сочетания интеллектуальных суждений, эмоционального удовлетворения и эстетической привлекательности, предлагая варианты социального будущего [158]. При этом в современных социальных сетях пользователи с различными

идеологическими предпочтениями формируют относительно замкнутые «эхо-камеры», фильтруя поступающую информацию посредством неприятия иных взглядов и утверждений своих идей [257].

Идентичности и нарративы. Концепт *идентичности* позволяет соединить различные основания социальной деятельности индивидов и сообществ, включающие ценностные ориентиры, нравственные установки, психический склад, рациональные интересы, а также изменения представлений себе и своем месте в мире [61]. Содержание идентичности раскрывается в индивидуальных ответах на ключевые вопросы «кто я?» и «кто мы?», которые позволяют выявить цивилизационные, политические, социальные и этнические характеристики [347]. Идентичность представляет собой набор значений, обозначающих принадлежность индивидов к социальной группе, исполнение социальных ролей и характеристики отличия от других.

Конструктивизм рассматривает идентичность в разрезе социальных отношений, которые изменяются с течением времени и в разных контекстах. Идентичность людей формируется в процессе социализации, соединяя с сообществами по признакам принадлежности к определенным этническим, расовым, территориальным, гендерным и иным социальным группам. Идентичность наряду с инструментальной мотивацией, состоящей в анализе личных выгод и затрат, подвигает политических акторов к взаимодействию. Теория самокатегоризации предполагает, что человек может действовать как выражая свою личную идентичность, так и показывая свои групповые идентичности. Осознание групповой идентичности происходит в ходе совместного решения общественно значимой проблемы либо в экстремальной ситуации. Отношение себя к определенной группе способствует большей мобилизационной готовности к совместным действиям. Причем сильная групповая идентификация значительно повышает вероятность участия в совместных политических действиях.

Символическая идентичность в Интернет-пространстве обеспечивает больший социальный капитал, чем личные связи участников политических партий, элитарных клубов и общественных ассоциаций. «Порождаемые символической идентичностью связи, «наводящие мосты», представляют собой более весомый вклад социального капитала, чем «скрепляющие» связи, которые возникают в рамках тесно спаянных, интровертных сетей, основанных на регулярных личных контактах» [63]. Политическая идентичность в онлайн-сетях характеризуется двойственностью. С одной стороны, виртуализация политики приводит к трансформации реальных образов в цифровые аналоги, с другой, конструируемые в онлайн-пространстве идентичности воздействуют на политическую реальность.

Современные политические режимы используют социальные сети для усиления легитимности посредством конструирования идентичностей на основе политизированных сообществ [427]. Формирование национальной идентичности связывается с процессом накопления «культурной памяти», которую образует совокупность фактов, событий, явлений и ценностей [359].

Средством мобилизации для совместных действий выступает политизация групповой идентичности, возникающая под влиянием чувства общей обиды, образа врага и необходимости поддержки. Политизация социальной среды приводит к разделению общества на сторонников и противников, что влечет поляризацию и последующую радикализацию общественных настроений. В ситуации политической поляризации сильная объединяющая государственная идентичность оказывает стабилизирующее воздействие, а выраженные групповые идентичности на основе культурной, этнической или религиозной принадлежности приводят к эскалации напряженности и радикализации [566].

Нарративы трактуются как повествование, объясняющее ситуацию или ряд связанных событий, отражающее определенную позицию или ценности. Нарратив определяют, как описание последовательности событий в том порядке, в котором они произошли, чтобы выявить суть. Формально нарративы состоят из а) ориентаций, определяющей сцену; б) серии усложняющих действий, завершаемых развязки; в) оценки, которая может появиться в любой момент истории, подчеркивая важность связанных с этим событий [182]. Под интуитивным понятием нарратива здесь понимается совокупность языковых продуктов (дискурсов) конвенционального речевого акта рассказывания, повествования, совершаемого как в обычном, повседневном разговоре, так и в конкретных (исключительных) контекстах повествования [489].

При изучении нарративов культура рассматривается не столько как тексты, сколько как основа для формирования представлений. Повествование создает представление о деятельности отдельных индивидов или социальных групп посредством интригующих историй. Ключевую роль в историях играют неординарные герои, которыми могут быть как лидеры стран, политических партий и социальных движений, так и общественные активисты, рядовые участники важных событий. Истории героев часто содержат сюжетные линии и драматические моменты, которые объединяют происходящие события и насыщают повествование эмоциями [247]. Нарративы – истории, которые содержат как когнитивное, так и эмоциональное содержание и которые передаются широким группам людей, являются общим пониманием и, таким образом, служат связующим звеном между индивидуальными когнитивными и эмоциональными архитектурами и действиями

на системном уровне [173]. Нарративы представляют собой легендарные описания событий, которые связывают прошлое с настоящим и ожидаемым будущим [216].

Исследования в области коммуникации убедительно показывают, что нарративы способны лучше, чем другие виды сообщений, менять мнение людей. Рассказывание историй может помочь движениям вызвать общественный интерес, заручиться поддержкой и, возможно, даже обратить в свою веру оппонентов. Нарративы могут развлекать, наставлять, предвидеть альтернативы, утешать, драматизировать, жить с противоречиями, которые являются неизбежной чертой существования, осознавать временность, чувствовать, а также убеждать и изменять общественное мнение. Со временем в свидетельствах участников, мнениях комментаторов и заключениях экспертов нарратив получает развитие, оттачиваются его словесные формулировки и складывается целостная смысловая конструкция. Нарративы строятся из метафор, необходимых для объединения языка межчеловеческих коммуникаций и схем в сознании. Структурными элементами нарративов также являются фреймы, возникающие с течением времени в сознании. Язык и мозг коммуницируют друг с другом при помощи фреймов, структурирующих нарративы, которые и активируют определенные нейронные сети в сознании в зависимости от той или иной задачи [67].

Стремление пользователей продвигать свои нарративы объясняет формирование эхо-камер в социальных медиа, что способствует созданию поляризованных сообществ, агрегирующих предпочтительную информацию. Пользователи склонны воспринимать сообщения, подтверждающие их установки и представления, игнорировать и опровергать иные сообщения. Политизированные сообщества социальных медиа отличаются сильной поляризацией, которая формирует замкнутые эхо-камеры групп пользователей, продвигающие определенные нарративы. В дискуссиях на платформах социальных медиа пользователи склонны искать, получать и распространять информацию, усиливающую принятый нарратив, и отвергать информацию, его подрывающую.

Ценности и фреймы. Общественные ценности такие как доверие, равенство, свобода, обуславливают социальное поведение, образуя определенный тип гражданской культуры [25]. Политическая культура участия в большей степени ориентирована на общие ценности гражданского сообщества, которые реализуются посредством социальных структур и форм деятельности [96]. В целом теория ценностей определяется как аксиология, которая посредством принятия социальных норм регулирует отношения в обществе, задавая смысл жизни, образуя культурное ядро, связывая с целями общественной деятельности, разделяя мир на сущий и должный [395].

Модернизационное развитие индустриального общества привело к размыванию традиционных норм, способствуя по мере роста благосостояния переходу от материальной к постматериальной системе ценностей [330]. Как полагают Р. Инглхарт и К. Вельцель, индустриализация привнесла в общественное развитие рационализацию, секуляризацию и бюрократизацию, изменяя мировоззрение и систему ценностей. На постиндустриальном этапе модернизации происходит культурный сдвиг от системы ценностей, обусловленной потребностями выживания, к системе ценностей самовыражения, обусловленной ростом уровней благосостояния и безопасности. Модернизация приводит к возникновению гуманистического «общества знаний», которое строится на либеральных ценностях индивидуализма, состоящих прежде всего в личной независимости, свободе выбора и самореализации.

В глобальном измерении модернизационный процесс задан расширением демократизации политических режимов и утверждением ценностей самовыражения как гуманистических доминант современных обществ. Динамику кросс-культурных изменений отражают измерение между полярными значениями традиционных и современных (светско-рациональных) ценностей, а также ценностей выживания и самовыражения. Вытеснение традиционных ценностей выживания на современные ценности самовыражения вместе с прежними представлениями об образе жизни и моделями поведения происходит в процессе смены поколений [63]. Таким образом, основополагающие ценности в развитых обществах сильно отличаются от ценностей в развивающихся обществах.

Ценности и поведение человека в значительной степени обусловлены гарантиями выживания. Достижение высокого уровня экономической и физической безопасности в современных западных обществах привело к культурным трансформациям в ценностях и мировоззрении поколений. Материалистические ценности роста благосостояния замещаются постматериалистическими ценностями свободы, равенства, справедливости и толерантности. В зависимости от экономического состояния, социального положения и политической ситуации в каждом обществе формируется система ценностей, которая отражает баланс между движущими силами модернизации и сдерживающими основаниями традиций. Изменение системы ценностей приводит к преобразованиям культурных оснований целых обществ, которые ориентированы на выживание и развитие в меняющейся среде [62].

В российском обществе доминирует среди всех поколений материальная система ценностей, потребности в личной, экономической и политической безопасности преобладают, что объясняется исследователями глубинными

кризисными явлениями в общественном развитии [398]. Происходящие изменения системы ценности российского общества детерминированы установками политической элиты и социальных масс на консолидацию в условиях нарастания внешних вызовов. Ценности общества сориентированы на укрепление внутреннего единства, усиление значимости безопасности, сохранения мира, наведения порядка, установление законности при соблюдении свободы, справедливости и прав человека. В целом состояние российского общества характеризуется как аномия, выраженная в ценностной рассогласованности производителей и потребителей смыслов при отсутствии концептов государственной идеологии [399].

Политические ценности выступают психологическими конструктами в производстве смыслов индивидуального и массового сознания, связывая установки, потребности и мотивы поведения. Политические ценности наряду с общечеловеческими базовыми ценностями закладывают устойчивую основу структуры личности. Политические ценности отличаются системной организацией и иерархической упорядоченностью структуры. Политические ценности обозначаются в виде абстрактных категорий, содержание которых выражается в совокупности представлений, характеристик и свойств. Политические ценности выступают в качестве регулятора общественного поведения, детерминируя деятельность отдельных индивидов и социальных групп.

Посредством связи ценностей с символами их семиотическое значение приобретает образное представление. На основе ценностей строится структура идеологий, которые находят отражение в партийных программах и политических текстах, формирующих общественное сознание и социальные установки. В целом политические ценности создают пространство идейного противоборства посредством ментальных, образно-символических, культурно-исторических и нормативно-оценочных форм. Кроме того, политические ценности входят в структуру гражданской идентичности, на основе которой конструируется политическая нация, обеспечивающая единство и целостность территории государства [400].

Ценности считаются неотъемлемой частью общественной жизни и деятельности людей. Духовно-нравственные ценности определяются как совокупность общепринятых смыслов, стимулирующих и организующих созидательную и целенаправленную деятельность в обществе [359]. Система ценностей выражает особенности культурного развития общества, выступая основой формирования идентичности социума. Современные мировые тенденции трансформации систем ценностей связываются с процессом глобализации, который

ведет к размыванию национальных традиций и разрушению механизма их воспроизводства посредством массовизации жизни общества [360].

Фреймы представляют собой наборы убеждений, которые «придают значение и интерпретируют соответствующие события и условия таким образом, чтобы мобилизовать потенциальных приверженцев, заручиться поддержкой сторонних наблюдателей и демобилизовать антагонистов» [458]. Г. Бейтсон и Э. Гоффман заложили понимание фрейма как определение ситуаций, которые создаются исходя из принципов социальной организации событий и в зависимости от субъективной вовлеченности в них [47]. Согласно этим принципам значения объектов или ситуаций в сознании людей возникают в результате интерпретативных процессов, опосредованных культурой [28]. Фреймы в трактовке Д. Лакоффа представляют собой ментальные структуры, которые формируют представления человека о мире, целях, к которым люди стремятся, планах, которые люди строят, о том, как действуют и что считается хорошим или плохим результатом своих действий [184].

Фреймы как ментальные структуры организуют восприятие информации, помогая интерпретировать происходящие события или изменения. Они дают ответы на вопросы: что здесь происходит? что говорится? что это значит? и как действовать или реагировать? Фреймы выполняют фокусирующие, артикуляционные и преобразующие функции, обуславливая, как индивид видит, из чего создает и как действует по отношению к различным объектам в повседневной жизни. Фреймы также действуют как механизмы артикуляции, связывая вместе различные элементы сцены в один набор значений. Фреймы часто выполняют преобразующую функцию, воссоздавая способ, в котором некоторые объекты внимания рассматриваются или понимаются как относящиеся друг к другу или к актору [223]. Фреймы стали пакетами интерпретаций, которые активисты разрабатывают для мобилизации потенциальных сторонников и избирателей [561].

Политическая информация возникает внутри политической системы и укладывается в фреймы. Власти навязывают фреймы массовой аудитории посредством медиа, формируя общественное мнение. Фреймирование информации элитами выливается в формирование повестки дня, которая предполагает общественное обсуждение определенных проблем и нарративов. Данный процесс проблематизирует значения, связанные с соответствующими событиями, видами деятельности, местами и действующими лицами, предполагая, что эти значения обычно являются спорными и обсуждаемыми, открытыми для дифференцированной интерпретации. Так мобилизующее недовольство рассматривается как результат интерактивной интерпретации, а не как естественно или автоматически возникающее чувство из-за материальных условий [67].

Концепция фрейминга возникла, чтобы исследовать вопрос производства мобилизующих и контрмобилизующих смыслов и идей. Фреймы коллективного действия — относительно последовательные наборы ориентированных на действия убеждений и значений, которые легитимизируют и вдохновляют политические кампании и деятельность социальных движений. Подобно повседневным интерпретативным фреймам, фреймы коллективного действия фокусируют внимание, артикулируют и детализируют элементы внутри фрейма и часто трансформируют значения, связанные с объектами внимания. Фреймы коллективного действия отличаются от фреймов повседневного взаимодействия по своим основным мобилизационным функциям: мобилизовать или активировать приверженцев движения (мобилизация действия); превратить случайных наблюдателей в сторонников, расширяя тем самым базу движения (мобилизация консенсуса); и нейтрализовать или демобилизовать противников (контрмобилизация).

Относительный успех фреймов коллективных действий в выполнении своих мобилизационных функций частично зависит от степени, в которой они уделяют внимание трем основным задачам фрейминга: диагностирование, прогнозирование, мотивирование. Диагностические фреймы используются для выявления проблем и постановки вопросов, а также для определения субъектов, ответственных за социальную проблему. Прогностические фреймы обрамляют план действий и предложения о том, как решить проблемы. Мотивационный фрейм используется для мобилизации и поощрения отдельных лиц и организаций к действию, часто апеллируя к их моральным принципам и срочности проблемы [458]. Фрейминг, влияя на восприятие социальных проблем, формирует мотивацию к политическому участию, электоральных кампаниях и других формах общественной активности.

По мнению М. Кастельса, фреймы увязаны с нейронными сетями ассоциаций, которые могут стать доступными с помощью языка путем соединения с метафорами. В языке слова ассоциативно взаимосвязаны в семантических полях, представляющих собой концептуальные фреймы. При этом структуры фреймов не являются произвольными. Они основаны на опыте и возникают из социальной организации, которая и определяет социальные роли в рамках культуры, плотно встраиваемые затем в схемы в мозгу [67]. Эффективные фреймы «заметны» для своей аудитории, то есть они призывают к сформированным убеждениям. При этом эффективность фрейма зависит от его резонанса в соответствии ценностям аудитории и внутренней непротиворечивости. Фрейминг относится исследователями к стратегическому процессу интерпретации реальности, фокусируя внимание на определенных аспектах и построении понимания.

В сетевом обществе воздействие на общественное сознание происходит в социальных медиа посредством борьбы образов и фреймов. Социальные сети способствуют распространению разговоров, изображений и видео, которыми можно манипулировать и формировать смысл возникающих проблем и происходящих событий. При конструировании фреймов политических сообщений информация и эмоции перемешиваются. Эмоции, передаваемые с помощью сконструированного сообщения, одновременно побуждают к принятию фреймов и мобилизации действий. Эффекты воздействия эмоциональных сообщений зависят от контекста их восприятия, состояния получателей в определенное время и нахождения в определенном месте. Способность заданного набора условий и стимулов активировать фрейм определяет его влияние. Фреймы, сформированные в сознании, связаны с конкретными образами, широко распространенными в когнитивной среде. Так как сети программируются отношениями власти, процесс социальных изменений влечет перепрограммирование культурных кодов и имплицитных социальных и политических ценностей и интересов, передаваемых через сети коммуникаций [141].

Таким образом, фрейминг заключается в процессе конструирования интерпретационных рамок, задающих смысл политическим событиям и проблемам. Фрейминг в отношении социального взаимодействия основывается на положениях символического интеракционизма и конструкционизма. Он формирует воспринимаемую реальность, определяя выразительные и игнорируемые аспекты ситуации. В цифровом активизме создание фреймов считается эффективным способом политической мобилизации. Общественные движения и политические сообщества используют фрейминг для распространения идей, формирования повестки дня, повышения легитимности и привлечения сторонников. В условиях медиатизации политики способность акторов успешно конкурировать за доминирующие фреймы становится критически важной для политической мобилизации.

Контексты и повестки. Т. ван Дейк *контексты* определяет как ментальные модели участников коммуникативных событий [238]. Контексты представляют собой не столько объективную социальную ситуацию, сколько социально обоснованный субъективный конструкт участников относительно релевантных для них свойств. Поскольку все социальные акторы имеют свою личную историю и, следовательно, индивидуально различны, их определения ситуации также всегда отличаются. Основой контекстов служат коммуникативные ситуации, представляющие собой повседневный опыт социальных субъектов. Контекстные модели управляют аспектами создания и понимания текстов и выступлений.

Пользователи языка не только вовлечены в обработку дискурса, но и в динамическое построение своего субъективного анализа и интерпретации коммуникативной ситуации [151].

Субъективные определения ситуаций представляют собой когнитивные объекты, которые выражаются в ментальных контекстных моделях. Поскольку контексты представляют собой тип повседневного опыта, контекстные модели представляют собой частные случаи субъективных моделей повседневного опыта, которые контролируют повседневную деятельность социальных субъектов. Контекстные модели динамичны, частично изменяются в ходе взаимодействия, производства или понимания письменного дискурса за счет изменения состояний знаний участников. Контекстные модели по определению уникальны, но основаны на общих знаниях о социальных и коммуникативных ситуациях, разделяемых в обществе и культуре. Социальные представления (знания, убеждения, идеологии, нормы или ценности – в зависимости от коммуникативного сообщества) гарантируют, что контекстные модели достаточно схожи, чтобы обеспечить общение и взаимодействие.

Контексты представляют собой интерсубъектные конструкции, разработанные и постоянно обновляемые во взаимодействии участников как членов групп и сообществ. Они позволяют участникам адаптировать дискурс или его интерпретации к коммуникативной ситуации так, как это актуально для них в каждый момент взаимодействия или общения. Влияние контекста часто бывает тонким, косвенным, сложным, запутанным и противоречивым, с результатами, далекими от основных эффектов независимых социальных переменных. Контексты подобны другому человеческому опыту: в каждый момент и в каждой ситуации такой опыт определяет, как мы видим текущую ситуацию и как мы в ней действуем. Так социальные движения встроены в культурные контексты, которые обуславливают мобилизационные рамки и доминирующие нарративы [179].

Основное положение установления *повестки дня* проявляется в корреляции между проблемами, которым уделяется внимание в СМИ, и проблемами, которые общественность считает важными [543]. Согласно емкому высказыванию Б. Коэна, СМИ, возможно, не говорят нам, что думать, но они потрясающе успешно говорят нам, о чем думать [143]. Исследователи также на основании массива исследований, изучая последствия установления повестки дня и формирования средств массовой информации, отмечают, что средства массовой информации не только говорят нам, о чем думать, но и как думать об этом и, следовательно, что думать [544]. СМИ наводят фокус общественного внимания на конкретные проблемы, которые становятся наиболее приоритетными в общественном сознании [542].

Повестка дня определяется как ранжированные в иерархии важности проблемы или события в определенный момент времени. Исследователи выделяют три направления повестки дня: формирование повестки дня СМИ, установление общественной повестки дня и установление политической повестки дня. Исследователи называют первое направление исследований установлением повестки дня СМИ, так как ее основным предметом является новостная повестка. Второе направление исследований именуют определением публичной повестки дня, поскольку ее основным предметом является содержание и порядок тем в общественной повестке дня. Третье направление исследований обозначают установлением политической повестки, потому что отличительным аспектом является определение приоритетов власти в ответ на повестки дня СМИ и общества.

Включение этих трех взаимозависимых предметов исследований составляет весь процесс определения повестки дня: общественная повестка дня, однажды установленная или отраженная повесткой дня средств массовой информации, влияет на политическую повестку дня элиты, принимающей решения, и в некоторых случаях на реализацию политики; повестка дня СМИ оказывает прямое, иногда сильное влияние на политическую повестку дня элиты, принимающей решения, и в некоторых случаях на реализацию политики; в некоторых вопросах политическая повестка дня оказывает прямое, иногда сильное влияние на повестку дня СМИ [564].

Интернет и социальные сети создали новые «гибридные медиа-системы», которые расширили количество и типов акторов, потенциально способных формировать повестку дня [142]. Современные социальные медиа ограничивают способность СМИ формировать общественную повестку дня и согласие по важным вопросам. Разделенные и автономные медиа-экосистемы ограничивают способность граждан оценивать мир и проблемы в целом. Однако с ростом распространенности социальных сетей в качестве источника новостей формирование повестки дня средств массовой информации отчасти может сохраниться за счет случайной информации, которой делятся источники в социальных сетях [499].

Цифровые платформы уменьшили контролируемую способность традиционных СМИ и потенциально увеличили способность различных субъектов формировать повестку дня. Результаты исследований показывают, что не только повестка дня традиционных СМИ, повестка дня партий в социальных сетях и повестка дня политиков в социальных сетях влияют друг на друга, но в целом ни одна повестка дня не руководит другими больше, чем они руководят ею. В целом, социальные сети меняют динамику формирования политической повестки дня по трем причинам: во-первых, они являются подходящим каналом политической коммуникации; во-вторых, они расширяют число и типы участников, которые

потенциально могут формировать повестку дня; в-третьих, используя социальные сети, политические деятели потенциально могут охватить более широкую общественность чем через традиционные СМИ [508].

Современные исследования подтверждают, что то, как СМИ освещают проблемы, влияет на то, как люди думают об этих проблемах. Люди с большей вероятностью будут искать и потреблять контент СМИ, которые соответствуют их политическим пристрастиям, усиливая политическую поляризацию [573]. Исследования в рамках концепции формирования повестки дня установили, что общественность считает важными проблемы, освещаемые СМИ. На отношение зрителей влияет не только объем или заметность темы в СМИ, но и то, какое освещение они воспринимают, независимо от интенсивности воздействия медиаконтента [514].

Дискурсы и триггеры. В определении многогранного понятия *дискурса* исследователи отмечают ряд позиций. В формальной лингвистике дискурс трактуют как выраженные в языковой форме связанные смыслом предложения. Функциональное определение дискурса кроется в изучении зависимостей использования языка в социокультурном контексте. Акцент на взаимодействии формы и функции приводит к определению дискурса как совокупностей единиц употребления языка, функционально организованных и контекстуально обусловленных [78]. Под дискурсом понимают совокупность (письменных и устных) текстов, которые производят люди в разнообразных ежедневных практиках организационной деятельности, рекламе, области социального взаимодействия, экономике, СМИ. Дискурс также определяется как особый способ общения между людьми и понимания ими окружающего мира. Общение искаженно отражает мир, идентичности и социальные взаимоотношения. Способы общения играют активную роль в создании и изменении окружающего мира [65].

Согласно Э. Лакло и Ш. Муфф, дискурс – это форма социального поведения, которая участвует в формировании социального мира (включая знания, людей и социальные отношения) и, таким образом, в поддержании и сохранении социальных паттернов. Дискурс формирует социальный мир с помощью значений, при этом его носителями (субъектами) выступают сами люди. Дискурс не является замкнутым и завершенным: скорее, он постоянно изменяется в процессе контакта с другими дискурсами. Ключевое положение теории заключается в борьбе дискурсов за установление гегемонии. Акторы продвигают дискурсы как способы общения и понимания социального мира, постоянно ведут борьбу за превосходство, преобладание определенной позиции и представления о должной организации общества, фиксируя значения в текстах [183].

В данном исследовании исходим из дискурсивной психологии, которая сосредоточена на способах формирования и изменения мыслей и эмоций личности при социальном взаимодействии. В дискурсивной психологии индивиды в ходе взаимодействия выступают как в качестве производителей (субъектов) дискурсов, так и продуктов (объектов) дискурсов. Дискурсивная практика при интеракции индивидов в определенных контекстах формирует социальный мир. В дискурсивной психологии письменная и устная речь трактуется как конструкции сознания, ориентированные на социальное взаимодействие. Таким образом, дискурс представляет собой изменчивые формы взаимодействия, которые посредством ситуативного использования языка в повседневных текстах и разговорах конструируют социальный мир, включая властные отношения и различные идентичности [65].

Дискурсы как отражают, так и формируют мировоззрение людей, обуславливая их мышление, цели и действия в определенном культурном контексте. Дискурсы конструируются, реконструируются, деконструируются создателями, последователями и исследователями при их интерпретации в зависимости от поставленных целей, преследуемых интересов и предпринимаемых действий [247]. Дискурс раскрывается посредством контент-анализа, соответствующего фрейминга – смысловой рамки знания, представлений, ожиданий, вследствие вовлеченности в события, а затем – рассмотрение влияния фрейма на действия агентов. Политический дискурс в первую очередь определяется не темой или стилем, а скорее тем, кто с кем разговаривает, как, по какому поводу и с какими целями. Другими словами, политический дискурс является особенно «политическим» из-за его функций в политическом процессе [238].

Понятие «*триггер*» (спусковой крючок) имеет различные трактовки. В психологии триггер понимается как предметы, явления, события или действия, в отношении которых, как стимулов, у человека возникает эмоциональная реакция. Триггеры подразделяются на предметы и события, вызывающие эмоциональные переживания и ограничивающие жизненные периоды; слова и тексты, приводящие к эмоциональным потрясениям личности; сенсорные раздражители человека, вызывающие чувства, ассоциации и воспоминания. В психологической интерпретации триггер создает стимул к действию посредством актуализации общественной «повестки», продуцируя эмоциональные реакции различной степени и формы. Триггер всегда вызывает изменение эмоционального состояния человека, но не всегда приводит к активации поведенческих реакций [54]. Триггер провоцируют негативные состояния неудовлетворенности, тревожности и стресса.

Между тем триггеры могут вызывать и противоположные позитивные состояния удовлетворенности, спокойствия и воодушевления.

Триггеры вызывают мгновенные эмоциональные реакции, такие как агрессию, гнев, страх, панику, подавленность, унижение, стыд и грусть. Слова, поведение, отношение, события могут запустить рефлекторный механизм, который не поддается контролю сознания, вызывая спонтанные действия. Триггеры активируют лимбическую систему мозга, управляющую эмоциями, а не префронтальную кору, которая отвечает за логику. Триггеры могут активировать симпатическую нервную систему с выбором трех вариантов действий: бежать, бить или замереть. Триггер может быть как негативным, так и позитивным стимулом, вызывающим возбуждение, радость, и оптимизм. Триггер пробуждает, нагнетает или провоцирует, но он является не причиной, а катализатором эмоциональной реакции, сопутствующим, а не определяющим фактором. На одни и те же триггеры каждый реагирует по-разному в зависимости от своих личных особенностей. Эмоциональные реакции индивидов на триггер зависят от системы взглядов, которая складывается из воззрений, иллюзий, проекций и предположений [99].

Триггеры считаются обязательным компонентом перехода к конфликту или поддержанию конфликта. Триггерами конфликта выступают внезапно срабатывающие факторы или неожиданно происходящие события, которые вызывают открытое часто насильственное противостояние акторов, вызывающее эскалацию напряженности. Триггерные события изменяют ситуацию и вызывают негативную общественную реакцию на эти изменения, запуская череду действий групп или сообщества в рамках разразившегося конфликта. Кроме того, триггером может выступать информация о предстоящих событиях, вызывая возможные реакции от ожидания и подготовки до принятия упреждающих мер противодействия.

Исследователи выделяют три основных типа триггеров конфликтов: 1) изменение условий или обстоятельств жизни, которые ведут к ухудшению положения индивидов и социальных групп; 2) происходящие события, которые находят физическое или символическое выражение в определенном пространстве и времени взаимодействия акторов; 3) коммуникативная реакция, которая означает избранные роли, позиции, стратегии и тактики участников. Такая типология триггеров публичного конфликта настроена на выделение базовых атрибутов, среди которых количественные, пространственные, временные, интересубъективные параметры. В ситуации конфликта триггер, вызывая сильные эмоциональные и поведенческие реакции участников, способствует вскрытию и преодолению латентных противоречий, как следствие их осознанию и принятию решений [402].

Политические триггеры определяются как вызываемые политическими событиями или высказываниями импульсы к действию на рациональном и эмоциональном уровнях восприятия. Триггер в политическом дискурсе определяется как высказывание или решение представителей власти, которые вызывают бурную реакцию общественности и СМИ [394]. Кроме того, триггер в политической сфере отличается большей технологичностью, что проявляется в конструировании целеполагания и направленности действий. Политический триггер часто проявляется в провокационных ситуациях и действиях для получения эмоциональной реакции возмущения массовой аудитории [589].

В условиях медиатизации и цифровизации современного общества события становятся важнейшим способом генерации контента и формирования картины мира. Познание и осмысление реальности предполагает построение данных, создание описаний, нахождение зависимостей, конструирование нарративов на основании происходящих событий [41]. Триггерность событий заключается в способности оказывать влияние на запуск, развитие и прекращение социокультурных процессов. Настройка контента события в соответствии с социокультурным контекстом и с учетом информационного шума обеспечивает эффективность воздействия триггера [298]. Триггером запуска эффективного коммуникативного процесса в социальных сетях выступает эмоциональная визуализация контента [321]. Триггеры-события формируют дискурсы при наличии интереса у субъектов медиапространства, которые наполняются значениями и содержанием в ходе их осмысления. Дискурсы же порождают интерпретации событий, которые подвержены воздействию доминирующих смыслов и манипуляциям, создающие представления далекие от реального положения [262].

Методика исследования построена в соответствии с гибридным характером стратегии эмпирического исследования. Ее базовыми характеристиками являются применение методов и инструментов, которые не только нивелируют недостатки обособленного использования количественных и качественных методов, но и обеспечивают возможность работать с объектами анализа в реальной и цифровой средах. Методика исследования основывается на триангуляции методов, позволяющих работать с общественным мнением, ценностным сознанием и идентичностями, нарративами, фреймами и дискурсами, информационными потоками и цифровыми инфраструктурами. Методика построена в междисциплинарном ключе на пересечении политической социологии, социально-медийной предиктивной аналитики, социальной информатики и социального инжиниринга.

Методами сбора данных выступили: массовый опрос, когнитивное картирование, киберметрический и сетевой анализ, кейс-стади. Методами обработки данных – статистический анализ, дата инжиниринг. Методами интерпретации данных – критический дискурс-анализ, фрейм-анализ, ивент-анализ. Методом сбора эмпирических данных избран всероссийский онлайн-опрос, который был проведен по квотируемой репрезентативной выборке N=1600 в марте 2021 года. Выборка репрезентативна по полу, возрасту, типу населенного пункта. Инструментом исследования стала онлайн-форма для заполнения формализованной анкеты, распространяемой посредством контактов координаторов проведение опроса с респондентами в социальных медиа. Для обработки полученного массива социологических данные использовались осевой, кросс-табуляционный и корреляционный виды анализа в программном приложении SPSS Statistics.

Для определения содержательных и технологических характеристик информационного потока политической мобилизации в российском сегменте социальных медиа в период проведения специальной военной операции использован метод когнитивного картирования. Когнитивное картирование является разновидностью контент-аналитических методик, сочетающей эвристику количественного и качественного подходов к анализу текстов. Выборочную совокупность когнитивного картирования составляют информационные материалы, локализованные в двух сегментах социальных медиа: поддерживающем и критикующем проведение специальной военной операции (патриотическом и оппозиционном). В ходе применения метода отобран перечень площадок – цифровых сообществ и аккаунтов в социальных медиа, генерирующих исследуемый тематический контент, представленный в приложении А.

Информационные материалы для реализации когнитивного картирования отобраны исходя из нескольких критериев: 1) соответствие тематики сообщения проблемному полю исследования и сегменту локализации; 2) высокий резонанс сообщения и соответствующих показателей пользовательских реакций, относительно иных публикуемых сообщений; 3) жанровое и тематическое разнообразие контента. Глубина выборки составляет 12 месяцев и охватывает временной период с 01.02.2022 по 01.02.2023. Техника отбора сообщений предполагает также квотированный отбор публикаций в каждой неделе каждого месяца указанного временного периода. Объем выборочной совокупности составляет 1200 сообщений (600 сообщений для каждого исследуемого политического сегмента).

Базовым инструментом анализа выступила авторская матрица когнитивного картирования, включающая основные содержательные характеристики цифрового

контента, также представленная в приложении Б. Количественная обработка собранного массива данных произведена с использованием программного пакета статистической обработки «SPSS Statistics» (версия 25.0). Обработка собранного массива данных реализована посредством осевого (частного), кросс-табуляционного и корреляционного видов анализа. Описание результатов количественной части исследования произведено в сравнении исследуемых политических сегментов социальных медиа. Качественная часть исследования также включила в себя отбор речевых паттернов – лексических конструкций в виде слов (монограмм) и словосочетаний (биграмм), используемых в отобранных текстах с учетом их частотности для дальнейшего составления словарей поисковых запросов автоматизированного социально-медийного анализа информационных потоков.

Качественная сторона пересборки пространства политической мобилизации в российском сегменте социальных медиа проанализирована посредством фрейм-анализа. Методика фрейм-анализа применялась как разновидность качественного контент-анализа, нацеленного на понимающее восприятие содержательных характеристик релевантного предмету исследования текста. Фрейм-анализ предполагал выявление рамок восприятия смыслов, задаваемых авторами изучаемых текстов. Эти границы (фреймы) анализировались по следующим ключевым рамкам: «рамка потребностей», «рамка проблемных условий и обстоятельств», «рамка решения». Для каждого фрейма определялась технология создания границ восприятия смыслов и значений.

Обоснование выборочной совокупности документов для фрейм-анализа включало несколько этапов. На первом была построена классификация типов цифровых агентов, формирующих гражданские и политические установки пользователей социальных медиа. Исследовательским кейсом выступило формирование мнения пользовательской аудитории о специальной военной операции. Цифровые агенты – генераторы дискурсов о специальной военной операции были сегментированы по 4 сегментам на основании репрезентации патриотических установок и лояльности государственной власти: 1) провластные патриоты; 2) оппозиционные патриоты; 3) оппозиционные коллаборанты; 4) провластные коллаборанты. На втором этапе были отобраны релевантные социально-медийные ресурсы – представители каждого из указанных сегментов, являющиеся наиболее влиятельными цифровыми сообществами и пабликами, формирующими политические и гражданские установки пользователей. На третьем этапе были определены наиболее резонансные цифровые документы (публикации) отобранных цифровых ресурсов с наибольшим числом просмотров, лайков,

комментариев и репостов, то есть документы, в отношении которых получен наиболее высокий уровень общественной вовлеченности и одобрения.

Количественная сторона процесса пересборки проанализирована с использованием сетевого анализа. В настоящем исследовании сетевой анализ подразумевает автоматизированное построение и качественную интерпретацию социального графа, узлами которого являются цифровые сообщества и аккаунты, представляющие различные политические сегменты в социальных медиа, выделенные и описанные на предыдущем этапе фрейм-анализа. По результатам сетевого анализа определяется уровень интегрированности выделенных политических сегментов блогахостинга, определяющий их мобилизационный потенциал и достижение пользовательской конверсии в различные типы гражданской и политической активности.

Для реализации сетевого анализа отобрано 100 релевантных цифровых сообществ и аккаунтов в социальной сети «ВКонтакте», участвующих в создании и распространении соответствующего тематического контента. В выборку попали цифровые сообщества и аккаунты, соответствующие следующим критериям: 1) охват аудитории – не менее 1000 пользователей; 2) регулярная публикационная и пользовательская активность; 3) низкий уровень ботовости аудитории. Использование метода с использованием открытых инструментов API (программного интерфейса) социальной сети «ВКонтакте» позволило автоматизировать процедуры получения данных о цифровых сообществах, соответствующих указанным критериям. Для определения внутренних связей между отобранными цифровыми сообществами на основании пересечения аудитории и контента применяется программное обеспечение, написанное на языке программирования R с использованием необходимых технических библиотек. Заложенная в основу процедуры математическая функция основывается на биективном отображении пересечения множеств, целью которого является поиск пересечений в списках участников групп и их взаимных упоминаний на основе общедоступных данных цифровых страниц, получаемых напрямую от сервиса.

Сетевой анализ также использован для определения типичных моделей управления цифровыми сообществами – различных агентов политической мобилизации пользователей социальных медиа. На основании полученного ранее перечня таких сообществ проведен анализ внутренних связей их участников («дружеских» связей между участниками сообществ). По результатам обработки данных сформированы социальные графы – визуальные модели каждого сообщества. Инструмент: авторское программное обеспечение «Социальный граф» – внутреннее приложение для социальной сети «ВКонтакте», программа написана

на языке программирования «JavaScript», интерпретируется внутри пакета «nodejs» версии не ниже 7.5; визуальная часть программы выполнена с применением плагина «jquery VisJS». Полученные графы были сгруппированы для обнаружения повторяющихся типов управления сообществами с учетом схожих характеристик в структуре и администрировании. Дополнительным элементом данной работы стал киберметрический анализ деятельности цифровых сообществ с целью выявления основных характеристик публикационной и пользовательской активности, позволяющие утверждать об уровне влияния данных площадок на массовую аудиторию. Инструмент: сервис аналитики цифровых сообществ и аккаунтов «Popsters».

Для определения масштаба и направленности информационных потоков вокруг специальной военной операции в контексте обеспечения мобилизационного потенциала пользователей российского сегмента социальных медиа используется метод автоматизированного социально-медийного анализа. Реализация социально-медийного анализа сопряжена с использованием специального программного обеспечения – сервисов автоматизированного мониторинга и количественной обработки сообщений, публикаций и иных видов цифровой активности в социальных медиа. Формируемые на основе полученной загрузки данных массивы структурированных данных подлежат повторной статистической обработке и качественной интерпретации для решения задач настоящего исследования.

В основу поиска цифрового контента заложены словари поисковых запросов — ключевых лексических конструкций, используемых в информационном потоке, выделенных на этапе реализации когнитивного картирования. Для осуществления поисковых операций были выделены основные события-триггеры, корреспондирующие с результатами когнитивного картирования информационных потоков как в патриотическом (поддерживающем), так и в оппозиционном (критическом) сегменте социальных медиа. Всего было отобрано 25 событий, процессов и явлений общественно-политической жизни в период с февраля 2022 года по июль 2023 года, представленных в приложении В. Выгрузка релевантного цифрового контента осуществлялась последовательно по каждой теме-событию с использованием сервиса мониторинга социальных медиа «Медialogия». В выборку попали уникальные информационные материалы без дублирования, размещенные в российском сегменте социальных медиа. Охват выборки – более 100 популярных социально-медийных площадок. Общий объем выборки составил 23 040 157 сообщений.

Ключевым объектом анализа авторского эмпирического исследования выступили информационные потоки в социальных медиа. Информационный поток

понимается в настоящем исследовании как массив Интернет-контента, объединенного общим содержанием, структурными, динамическими и технологическими особенностями, целенаправленное формирование которого обеспечивается благодаря наличию цифровой инфраструктуры, цифровых и гуманитарных технологий, направленных на конкретные аудитории и группы, с целью их масштабного вовлечения в цифровые коммуникации и влияния на их ценностные, а также поведенческие особенности. Социально-медийные информационные потоки создаются и управляются цифровыми акторами. Цифровые акторы – центры и лидеры общественного мнения в цифровой среде, участвующие в создании, тиражировании Интернет-контента, применяющие различные способы влияния на ценностные и поведенческие особенности аудиторий, групп и индивидов, реализуемые в цифровой среде, в том числе с использованием возможностей искусственного интеллекта. В таблице 6 представлена структурная операционализация основных понятий исследования в системе объекта и предмета исследования.

Таблица 6 – Структурная операционализация в системе объекта и предмета исследования

Показатели	Переменные
1	2
Когнитивное картирование	
Цифровые коммуникации	1) Семантическое (смысловое) ядро информационного потока 2) Структура информационного потока 3) Технологии информационного потока 4) Персонализация информационного потока 5) Направленность информационного потока 6) Управляемость информационного потока
Киберметрический анализ (социально-медийный анализ)	
Цифровые коммуникации	1) Вес информационного потока 2) Динамика информационного потока 3) Структура информационного потока 4) Локализация информационного потока 5) Хабы информационного потока 6) Геолокационные характеристики информационного потока
Технологии управления информационным потоком	1) Целостность информационного потока 2) Соотношение формального и неформального в информационном потоке 3) Соотношение политического и неполитического в информационном потоке 4) Адресность информационного потока 5) Технологии управления Интернет-контентом

Продолжение таблицы 6

1	2
Риски в процессе политической мобилизации в условиях СВО	1) Масштаб и интенсивность внешнего информационного давления 2) Мишени внешнего информационного давления 3) Релизоры внешнего информационного давления 4) Триггеры вовлеченности пользователей в информационные потоки внешнего информационного давления 5) Паттерны вовлеченности пользователей в информационные потоки внешнего информационного давления 6) Потенциал негативной мобилизации внешнего информационного давления 7) Потенциал конверсии поведения пользователей в условиях внешнего информационного давления
Сетевой анализ (метод социальных графов)	
Архитектура информационного потока	1) Интегрированность информационного потока 2) Плотность связей в информационном потоке 3) Хаббы в информационном потоке
Центры общественного мнения и лидеры общественного мнения информационного потока	1) Количество центров и лидеров общественного мнения 2) Плотность связей между центрами и лидерами общественного мнения 3) Модели управления центрами и лидерами общественного мнения 4) Потенциал влияния центров и лидеров общественного мнения
Массовый опрос	
Стратегии политического участия	1) Социальные установки 2) Патриотические установки 3) Гражданская идентичность 4) Национально-государственная идентичность 5) Формы активизма 6) Барьеры политического участия 7) Технологии политической мобилизации

Источник: составлено автором.

На основании содержания *параграфа 2.3* можно сделать общий вывод. Методология исследования основывается на сочетании неоинституционального, сетевого и конструктивистского подходов, позволяющих соответственно рассматривать принятые нормы поведения, образуемые структуры взаимодействия и информационные способы воздействия. Построение модели исследования основывается на функциональных опциях социальных сетей цифровых коммуникаций, которые образовали пространство социального взаимодействия

между пользователями и информационного воздействия на них. Увеличение интенсивности социального влияния, в большей степени диффузного, и информационного воздействия, в большей части направленного, вызывает повышение политической онлайн-активности пользователей, что в определенных ситуациях приводит к массовым офлайн-акциями. Применение триангуляции методов позволяет выявить институциональные, структурные, технологические возможности и ограничения политической мобилизации в социальных сетях цифровых коммуникаций.

Выводы по главе 2

1) Рассмотрение теоретических аспектов политической мобилизации в социальных сетях цифровых коммуникаций позволило выявить в научном дискурсе ряд основополагающих концепций, которые обозначают грани объекта исследования, возможности и ограничения участия посредством онлайн-коммуникаций. Одни концепции отмечают открытие широких возможностей, другие выделяют возникновение скрытых ограничений, третьи выявляют неоднозначные последствия цифровизации общественной активности.

Первая доминирующая группа концепций постулирует возможности, состоящие в образовании открытого онлайн-пространства для самовыражения и взаимодействия пользователей. Цифровые коммуникации создали условия для установления горизонтальных связей и формирования сетевых сообществ, позволяющие посредством свободной самоорганизации пользователей без приложения особых усилий и затрат реализовывать совместные действия. Коммуникативная концепция коллективных действий Б. Бимбера исходит из открывшихся технологических возможностей широкого вовлечения граждан в политические кампании посредством Интернета, создающего пространство межличностного взаимодействия, образующего каналы адресного распространения информации и снижающего барьеры гражданского участия. Концепция гибридности социальных сетей Э. Чедвика заключается в органичном смещении репертуаров совместных действий в цифровом и физическом пространствах на основании горизонтальных связей и постматериальных ценностей участников, которые организуются посредством формирования совмещенных мобилизационных структур различных групп интересов, политических партий и общественных движений.

Концепция власти коммуникаций М. Кастельса исходит из формирования сетевой организации общества посредством Интернет-коммуникации, которая создает возможности установления горизонтальных связей, децентрализованного

решения задач и самоорганизации совместных действий в виртуальных сообществах цифрового пространства. Концепция онлайн-активизма Д. Эрл и К. Кимпорт раскрывает возможности сетевой мобилизации граждан и расширения цифровых движений для организации виртуальных акций протеста без значительных усилий и ресурсных затрат. Концепция цифрового политического участия Я. Теохариса и Я. Ван Дейта исходит из расширения возможностей реализации гражданской активности посредством социальных медиа, которые позволяют удовлетворить потребности индивидуального самовыражения, задействовать персонализированные сети и расширить репертуар совместных действий.

Концепция сетей гражданской мобилизации О. Яницкого продвигает возможности независимо от государственных институтов создать посредством информационных технологий пространства для свободной самоорганизации сообществ, способных мобилизовать сторонников на масштабные акции протеста. Концепция связующих действий Л. Беннетта и А. Сегерберг усматривает возможности политической онлайн-мобилизации сетевых движений в предоставлении персонализированной информации, логистической координации и формирования инфраструктуры коммуникации. Концепция нового цифрового мира Э. Шмидта и Д. Козна продвигает нарратив «освобождения народов» от гнета авторитарных режимов посредством цифровых коммуникаций, отрывающих доступ к различным источникам информации и возможность взаимодействия в виртуальных сообществах.

Вторая группа оппонирующих концепций выявляет ограничения общественной активности в онлайн-пространстве, сводящиеся к формированию обособленных сообществ, преобладанию социальной пассивности и управлению действиями пользователей. Концепция эхо-камер К. Санстейна обозначила ограничения политической мобилизации в массовом масштабе по причине формирования в Интернете относительно закрытых однородных киберсообществ (информационных коконов), фильтрующих поступающий контент исходя из преследуемых интересов и принятых ценностей. Концепция информационных пузырей фильтров Э. Паризера обозначает ограниченность политической мобилизации в онлайн-пространстве из-за установления цифровыми платформами посредством алгоритмов и фильтров персонализированной модерации информационных потоков, а также контроля за действиями пользователей. Концепция слактивизма Е. Морозова видит ограниченность политической онлайн-мобилизации в выраженной склонности пользователей к развлечениям и «диванному активизму», а также в усилении контроля государства в цифровом пространстве.

Концепция политического управления Интернет-коммуникациями С. Володенкова исходит из мировой экспансии цифровых коммуникаций, которые создают угрозу установления глобального управления в интересах западной гегемонии США посредством достижения информационного доминирования. Концепция цифрового колониализма М. Квета обосновывает достижение информационного доминирования США, которое оборачивается установлением новых форм зависимости государства от «имперского контроля» над онлайн-экосистемой. Концепция внешнего информационного давления Е. Бродовской кроится в противодействии технологиям политической дестабилизации суверенных государств посредством цифровых коммуникаций, которые стали средствами распространения деструктивного контента и провоцирования общественной деконсолидации.

Концепция информационного подталкивания Р. Талера и К. Санстейна предполагает активацию «архитекторами выбора» нужного поведения индивидов посредством адресных сообщений, давление коллектива и стимулирующего прайминга. Концепция эффекта манипулирования поисковых систем (SEME) Р. Эпштейна и Р. Робертсона раскрывает технологию информационного влияния на электоральный выбор пользователей посредством премодерации содержания предоставляемого онлайн-контента. Концепция психологического таргетирования М. Косински и С. Маца основана на выявлении эффективных способов вовлечения, стимулирования действий и максимизации вовлеченности пользователей в политические кампании посредством установления личных профилей по цифровым следам.

Концепция цифровой инфраструктуры манипуляций М. Крейна и Э. Надлера раскрывает возможности политической мобилизации посредством создания «машин цифрового влияния» на основе больших данных и технологий таргетинга, позволяющих проводить направленные информационные кампании в онлайн-пространстве. Концепция компьютерной пропаганды С. Вулли и Ф. Говарда заключается в манипулировании общественным мнением политическими акторами посредством цифровых коммуникаций для достижения или удержания власти. Концепция надзорного капитализма Ш. Зубофф рассматривает систему управления современного информационного общества, в которой власть принадлежит владельцам цифровых платформ, извлекающих прибыль из больших данных о действиях контролируемых пользователей, формирующих их предпочтения и управляющих их поведением.

Третья группа диспозитивных концепций выявляет как возможности, так и ограничения политического участия в онлайн-пространстве. Концепция «умной

толпы» Г. Рейнголда рассматривает платформы социальных медиа как возможность оперативной организации выступлений активистов против автократий, которая может быть ограничена установлением постоянного надзора за действиями гражданам в цифровой среде. Концепция реального активизма П. Гербаудо видит социальные медиа как пространство реализации интересов государственных институтов, технологичных компаний и гражданских активистов, которые управляют неявными иерархиями сообществ сторонников посредством хореографии социальных сетей в своих интересах. Концепция социальной физики А. Пентленда ориентируется на измерении воздействия информационных потоков на общественное поведение для привлечения сторонников, учитывая распространение идей и установление институциональных норм в социальных сетях. Концепция политических сетей публичного управления Л. Сморгунова рассматривает преобразование функций государства при расширении цифровых коммуникаций, которые формируют сетевые формы общественных отношений и взаимодействия. Концепция силового подавления А. Ахременко исходит из инверсионного процесса политической онлайн-мобилизации, вызванной триггером часто провоцируемых офлайн-действий вызывающих эмоциональную реакцию пользователей социальных сетей.

2) Сопоставление результатов мета-анализа зарубежных исследований влияния онлайн-коммуникаций на политическое участие выявило лишь слабые положительные эффекты, что не соответствует доминирующим концепциями, постулирующими дигитальное расширение возможностей взаимодействия граждан и репертуара коллективных действий. Результаты мета-анализа массива релевантных статей российских исследователей выявили следующие тенденции. Распределение публикаций по годам за рассматриваемый период выявило волнообразное нарастание интереса российских исследователей к теме политической мобилизации в цифровом пространстве. Первая волна научных исследований 2010-2015 годов в большей части связана с событиями «арабской весны», выступлениями «рассерженных горожан» в России и масштабными демонстрациями на «Евромайдане» на Украине. Вторая волна научных исследований 2016-2020 годов захватывает, прежде всего, антикоррупционные и экологические протесты в России. Третья волна научных исследований 2021-2023 годов показавшая резкий всплеск и спад числа публикаций, охватывает массовые выступления в Казахстане, полномасштабную кампанию протеста в Беларуси, экстремистские действия в «регионах-мишенях» России. В целом главным аспектом исследований стала протестная мобилизация, что обусловлено

как резонансными событиями в России и ряде стран мира, так последующей конъюнктурой, поддерживаемой российскими и зарубежными фондами.

По мере развития тематики исследования политической мобилизации доля обзорных статей существенно уменьшалась, а доля прикладных статей значительно возрастала. В прикладных исследованиях все чаще использовались разнообразные методы киберметрического и сетевого анализа, дискурс-анализа, контент-анализа, когнитивного картирования, которые дополнили исследовательский арсенал традиционных социологических методов. В тематических исследованиях в той или иной степени прослеживаются идейные позиции авторов, которые подразделяются на условных «освободителей» граждан от автократии и «охранителей» государственного суверенитета. «Освободители» в большей части заимствуют и транслируют западные нарративы о цифровых коммуникациях как средстве самовыражения и взаимодействия граждан. «Охранители» рассматривают цифровые коммуникации как внешнюю угрозу политическому порядку.

Сетевой библиографический анализ массива статей релевантных избранной теме посредством построения социального графа с указанием авторов цитируемых публикаций выявил ведущие центры тематических исследований и ключевых специалистов. Библиографический анализ позволил определить наиболее цитируемых российских (Яницкий О.Н., Ваньке А.В., Бродовская Е.В., Быков И.А., Шерстобитов А.С., Никовская Л.И., Бараш Р.Э., Володенков С.В., Ахременко А.С., Соколов А.В.) и зарубежных (Кастельс М., Морозов Е., Говард Ф., Теохарис Я., Рейнгольд Г., Кландерманс Б., Тилли Ч., Гербаудо П., Тарроу С., Беннет Л.) исследователей. Динамика цитирования за исследуемый период выявила возрастание доли российских авторов с 20% до 40%, что отражает увеличение массива научных публикация по избранной тематике.

3) Методология эмпирического исследования политической мобилизации в социальных сетях цифровых коммуникаций строится на триангуляции неоинституционального, сетевого и конструктивистского подходов, раскрывающих, соответственно, установленные правила и нормы политических действий, структурирование связей в сообществах и группах, формирование общественных представлений и паттернов социального поведения. Формально-логическая модель исследования политической мобилизации в социальных сетях цифровых коммуникаций строится исходя из опциональных возможностей социального взаимодействия и информационного воздействия. Основными факторами социального влияния, носящего преимущественно диффузный характер, выступают институты, идентичности, ценности, контекст и дискурсы. Институты понимаются как «воплощенные в убеждениях» нормы-правила, общественные представления о

должном поведении, социальные конструкции и устойчивые паттерны взаимодействия, ограничивающие определенные действия, либо способствующие определенным совместным действиям индивидов. Идентичности представляет собой набор значений, обозначающих принадлежность индивидов к социальной группе, представления о себе и своем сообществе, отличия от других и отношения к другим. Ценности определяются как личные принципы, идеалы и убеждения, нравственные и мотивационные конструкты, увязывающие потребности, установки, интересы и регулирующие общественное поведение, совместные действия. Контексты определяются как сформированные смысловые конструкции участников коммуникативных событий, позволяющих создавать, понимать, интерпретировать содержание поступающей информации и происходящих действий. Дискурсы определяются как общение между людьми, выражаемое в общем понимании значений устных высказываниях и письменных текстах. Дискурсы конструируются, реконструируются, деконструируются при социальном взаимодействии, подвигаясь интерпретации в зависимости от целей и интересов совместных действий.

Основными факторами информационного воздействия выступают: идеология, нарративы, фреймы, повестка и триггеры. Идеологии определяются как системы политических убеждений и символических форм, состоящая из продвигаемых идей, конструируемых смыслов, формируемых образов и практикуемых ритуалов. Нарративы трактуются как эмоциональные повествования-истории о деятельности отдельных личностей, социальных групп, объясняющие текущую ситуацию или происходящие события для продвижения определенных позиций либо интересов. Фреймы представляют собой устойчивые выражения либо распространенные метафоры, которые создают рамки смысловых значений в общественном сознании, позволяющих артикулировать требования, маркировать сторонников, интерпретировать информацию и происходящие события. Повестка дня характеризуется приоритетностью и интенсивностью освещения СМИ общественных проблем, происходящих событий, определенных личностей, которые становятся наиболее важными в общественном сознании. Триггеры понимаются как предметы, явления, события и действия, провоцирующие эмоциональную реакцию, создающие стимулы к общественной активности и социального взаимодействия.

Социальные и информационные факторы находятся в состоянии взаимной обусловленности, обладая способностью активировать и сдерживать общественную активность. Многообразные сетевые сообщества в цифровом пространстве составляют инфраструктуру онлайн-мобилизации для политических офлайн-акций.

Глава 3

Социальная организация пространства политической мобилизации в сетях цифровых коммуникаций

В данной главе рассматриваются масштаб, структура и факторы политической мобилизации в социальных сетях цифровых коммуникаций. В первой части главы характеризуется процесс формирования пространства общественной активности в социальных медиа и его регулирование ключевыми акторами. Во второй части главы на основе социологических исследований определяются структура политической мобилизации российских граждан в цифровой среде. В третьей части главы выявляются особенности влияния общественных факторов на политическую мобилизацию в российском пространстве социальных медиа.

3.1 Формирование и контроль пространства политической коммуникации в социальных медиа

Основные параметры цифрового пространства включают численность пользователей Интернетом и социальными медиа в глобальном и национальном масштабах; интенсивность использования Интернета и социальных медиа в зависимости от времени «погружения» в цифровую среду; приоритетность каналов получения новостной информации; динамичность распространения влияния платформ социальных медиа на общественное взаимодействие; субъектность акторов управления цифровым пространством информационными потоками; институциональность, состоящая в установлении «правил игры» и регламентации отношений в пространстве цифровых коммуникаций. В фокусе внимания находятся характеристики глобального медиапотребления и условия использования цифровых коммуникаций российскими Интернет-пользователями.

Цифровое население. По данным Digital 2024 Global Overview Report, в 2023 году население Земли превысило 8 млрд человек, из которых 5,6 млрд или 70% используют мобильные устройства связи. По сравнению с 2010 годом в 2023 году число Интернет-пользователей увеличилось с 1,9 млрд до 5,3 млрд, достигнув абсолютного большинства (66%) населения мира. Для сравнения в России в начале 2023 года число Интернет-пользователей составило 127,6 млн или 88,2% от численности населения, что означает высокий уровень охвата цифровыми коммуникациями [641]. Интернет охватывает население стран мира крайне неравномерно – одни страны близки к абсолютным значениям Интернет-охвата и

в некоторых случаях наблюдается спад, а другие страны только разворачивают технологии цифрового доступа.

Для сравнения на начало 2023 года среди 25 стран с самой большой численностью цифрового населения, имеющим доступ к Интернету, доля цифровых пользователей в общем населении страны составляет от трети до полного охвата всех жителей. Далее приведены статистические данные по этим странам с численностью цифрового населения и их доли среди жителей: Китай 1050 млн (74%), Индия 592 млн (41%) США 311 млн (91%), Индонезия 213 млн (76%), Бразилия 182 млн (84%), Россия 128 млн (88%), Нигерия 122 млн (54%), Япония 102 млн (83%), Мексика 101 млн (79%), Пакистан 87 млн (36%), Филиппины 85 млн (72%), Египет 81 млн (72%), Вьетнам 78 млн (79%), Германия 77 млн (92%), Турция 71 млн (82%), Иран 70 млн (78%), Бангладеш 67 млн (39%), Британия 66 млн (97%), Таиланд 61 млн (84%), Франция 60 млн (92%), Италия 51 млн (86%), Южная Корея 51 млн (98%), Испания 45 млн (96%), Аргентина 40 млн (87%), Польша 37 (90%) [654]. Показатели доступности Интернета для населения в разных странах свидетельствует о том, что так называемое «цифровое неравенство» в глобальном масштабе еще не преодолено.

В последние годы мировая аудитория Интернета продолжала увеличиваться, но темпы прироста аудитории стали незначительными, выявляя тенденцию замедления расширения пространства цифровых коммуникаций. Так число пользователей Интернета выросло за 2021 год на 218 млн на 4,3%, за 2022 год на 152 млн или 2,9%, за 2023 год на 97 млн или на 1,8%. В предыдущее десятилетие мировая аудитория Интернета прирастала гораздо большими темпами: за 2011 год на 203 млн или 8,7%, за 2012 год на 175 млн или на 7%, за 2013 год 217 млн или 8%, за 2014 год на 209 млн или 7,2%, за 2015 год на 266 млн или 8,3%, за 2016 год на 363 млн 10,2%, за 2017 год на 240 млн или 6,4%, за 2018 год на 340 млн или 8,2%, за 2019 год на 386 млн или 8,6%, за 2020 год на 346 млн или 7,1% [642]. Сравнивая динамику текущего и предыдущего десятилетия, можно рассматривать тенденцию стагнации. С высокой степенью уверенности можно утверждать, что период экстенсивного расширения Интернет-пространства завершился в прошлом десятилетии. Большинство национальных Интернет-аудиторий достигли собственных максимальных охватов и не могут расти так же интенсивно, как еще 10 лет назад. Эта тенденция характерна в том числе и для Российской Федерации.

Исходя из предмета исследования, особую важность представляет рассмотрение роста численности пользователей платформ социальных сетей цифровых коммуникаций. В 2023 году количество активных профилей пользователей социальных медиа превысило 5 млрд, составив 62,3% населения

мира. Однако данная цифра не отражает в полной мере число уникальных пользователей, так как один человек может иметь несколько учетных записей. По сравнению с 2010 годом число профилей пользователей в социальных медиа увеличилось в пять раз. В ряду стран с наибольшим числом пользователей социальных медиа оказались страны с высоким уровнем технологического развития и благосостояния. По отношению к населению стран наибольшая доля профилей пользователей в выборочном исследовании отмечается в ОАЭ (112%), Саудовской Аравии (94%), Южной Корее (93%), Сингапуре (85%) и Нидерландах (83%), а наименьшая в Нигерии (16%), Ганне (21%), Кении (23%), Индии (32%), Египте (40%). Россия (73%) занимает место в середине списка исследуемых стран рядом, с одной стороны, с Японией (78%), Чили (77%), Чехией (76%), Израилем (75%) и Китаем (74%), с другой стороны, с Филиппинами (73%), Вьетнамом (73%), Италией (73%), Португалией (73%) и Венгрией (72%).

«Цифровое погружение». Если численность аудитории показывает масштаб охвата Интернет-коммуникациями, то время выявляет интенсивность использования ресурсов Интернета. В среднем пользователь Интернета в 2023 году проводил онлайн каждый день 6 часов 40 минут (годовой прирост 1%), в предыдущем 2022 году 6 часов 36 минут (годовой прирост 5,3%), в 2021 году 6 часов 58 минут. Эти показатели также подтверждают тенденцию «охлаждения» динамики расширения Интернет-пространства. При этом, как показывают цифровые данные, между странами существует значительный разброс времени пользования Интернетом. В развитых странах с высоким уровнем благосостояния время пользования Интернетом оказалось минимальным, а в развивающихся, напротив, максимальным. Так, согласно цифровым данным, меньше всего проводят время в Интернете в среднем ежедневно жители Японии 3 часа 56 минут, а больше всего жители Южной Африки 9 часов 24 минуты. Россия с показателем времени в 2023 году 8 часов 21 минута (прирост 4,8%), в 2022 году 7 часов 57 минут (годовой прирост 1,5%), в 2021 году 7 часов 50 минут ежедневного «погружения» в Интернет находилась в группе развивающихся стран с очень высоким уровнем медиапотребления.

По цифровым данным, ежедневное время, проведенное пользователями в социальных медиа, по всему миру в среднем на каждого в 2012 году составляло 90 минут. Затем до 2017 года время в социальных медиа каждый год быстро прирастало, составив 2 часа 22 минуты. Далее время в сети изменялось незначительно, достигнув в 2023 году 2 часа 25 минут [646]. При этом между жителями различных стран, так же как в отношении пользования Интернетом, существует значительный разброс во времени пользования социальными медиа.

В странах с высоким уровнем благосостояния и занятости населения наблюдается, как правило, низкое время пользования социальными медиа. Самое большое время пользования социальными медиа показывают, как правило, развивающиеся страны с большим приростом населения и высокой безработицей. В России показатель времени пользования социальных медиа соответствует среднемировому уровню, составляя 2 часа 21 минуту. Близкие показатели наблюдаются среди пользователей социальных медиа Сингапура, США, Израиля и Португалии [642].

При этом по данным компании GWI (GlobalWebIndex), телевидение в мире по-прежнему занимает значительную часть жизни людей. В последние годы динамика телевизионной аудитории и времени выглядит неоднозначной. Так в мире в 2023 году зафиксировано снижение на 8% времени ежедневного просмотра телевидения, но такое значительное падение вызвано окончанием пандемии коронавируса. В 2024 году в среднем по миру каждый человек в трудоспособном возрасте смотрел телевидение 3 часа и 6 минут в день. Для сравнения, среди наблюдаемых стран наибольшее время за просмотром телевидения ежедневно проводят жители США 4 часа 39 минут, Южной Африки 4 часа 5 минут и Бразилии 4 часа 4 минуты, а наименьше время жители Японии 2 часа 19 минут, Вьетнама 2 часа 21 минуту и Китая 2 часа 36 минут. Каждый житель России в трудоспособном возрасте ежедневно смотрел телевидение 3 часа 8 минут, что соответствует среднемировым показателям. Таким образом, телевидение остается важнейшим каналом медиапотребления, привлекающим внимание даже больше, чем социальные сети. Однако со сменой поколений информационное значение из-за уменьшения аудитории и времени просмотра будет неизбежно уменьшаться. При этом прогнозы, что «Интернет заменит телевидение» не оправдываются. В настоящее время большинство людей придерживается гибридной модели медиапотребления, сочетая использование Интернета и телевидения. Цифровые технологии способствуют формированию интегрированных коммуникаций, объединяющих возможности традиционных СМИ и социальных медиа.

Цифровые опции. В контексте исследования представляется важным определить, какими возможностями цифровых коммуникаций пользуются люди. Согласно большим данным, в 2023 году люди чаще всего пользовались онлайн-сервисами обмена сообщениями (95%), социальных сетей (94%), поиска информации (81%), шопинга (74%), карт геолокации (54%), электронной почты (49%), прослушивания музыки (48%), погодных условий (42%), развлечений (41%), новостной информации (40%), электронных игр (32%), состояния здоровья (29%), электронного банкинга (27%), занятия спортом (26%), сопровождения путешествий (25%). Пользователи всех возрастных групп наиболее активно

задействуют мессенджеры, социальные сети, поисковые порталы и маркетплейсы. С 2010 года набор Интернет-сервисов претерпел кардинальные изменения, к услугам электронной почты, поиска информации и информационных сайтов прибавились интерактивные ресурсы, ориентированные на общение пользователей и развитие бизнеса [648].

Социальные медиа рассматриваются скорее как составная часть Интернета. Однако, согласно приведенным социологическим данным, функциональные различия предопределили некоторые отличия в мотивации использования ресурсов Интернета и социальных медиа. Если Интернет используется, прежде всего, для поиска информации и отслеживания новостей, то социальные медиа задействованы больше для общения с близкими, поиска и потребления развлекательного контента. Социальные медиа, прежде всего, ориентированы на взаимодействие, обмен информацией и распространение контента между пользователями. Таким образом, происходит сегментация общего пространства цифровых коммуникаций по опциональным возможностям информационных ресурсов.

Медиапотребление российских граждан: каналы коммуникации. В рассматриваемый период доля пользователей Интернетом среди российского населения выросла от половины (47%) до подавляющего большинства (85%). Расширение аудитории Интернета сопровождалось значительным увеличением интенсивности его использования. Если в 2010 году Интернетом в ежедневном режиме пользовались менее четверти (23%) россиян, то в 2023 году абсолютное большинство (75%) граждан. Таким образом, динамика пользования Интернетом демонстрирует погружение граждан в цифровую среду, которая стала обыденной практикой коммуникации. Рассмотренные значения представлены в таблице 7.

Таблица 7 — Динамика пользования Интернетом российских граждан («Пользуетесь ли Вы Интернетом, и если да, то как часто?») В процентах

Варианты ответа	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.
Постоянно, практически ежедневно	23	30	38	42	47	51	53	57	64	67	71	74	73	75
Часто, несколько раз в неделю	13	14	14	15	15	14	13	13	12	10	9	8	8	7
Редко, несколько раз в месяц	7	6	6	6	6	6	4	4	3	3	2	2	2	2
Иногда, не реже 1 раза в полгода	3	3	2	2	2	2	1	2	2	1	1	1	1	1
Не пользуюсь	53	48	40	34	31	29	29	23	18	19	18	16	16	15
Затрудняюсь ответить	1	2	2	2	2	2	2	1	0	0	0	0	0	0

Источник: рассчитано автором по данным ВЦИОМ [602].

По данным ВЦИОМ, медиапотребление российских граждан в последние годы приобрело определенную устойчивость в распределении традиционных и цифровых источников информации. Большинство (53%) взрослых российских граждан следуют гибридной (смешанной) модели медиапотребления, активно используя как телевидение, так и Интернет для получения информации. До этого времени доля следующих гибридной модели медиапотребления заметно сокращалась, снизившись по сравнению с 2018 годом с трети (62%) до половины (53%). В последние годы доля активных Интернет-пользователей, которые однозначно отдают предпочтения цифровым коммуникациям, увеличилась более чем в два раза (с 13% до 28%). Тогда как доля активных телезрителей упала менее значительно (с 23% с до 16%). Подробные данные представлены в таблице 8.

Таблица 8 — Динамика распределения аудиторий телевидения и Интернета («Скажите, пожалуйста, смотрите ли Вы телевизор или нет? Если смотрите, то как часто? Пользуетесь ли Вы Интернетом? Если да, то как часто?»)

Варианты ответа	В процентах				
	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.
Активные телезрители — смотрят телевизор не реже нескольких раз в неделю, но Интернетом пользуются всего несколько раз в месяц и реже	23	21	20	17	16
Активные пользователи телевидения и Интернета — смотрят телевизор и пользуются Интернетом не реже нескольких раз в неделю	62	59	61	53	53
Активные пользователи Интернета — пользуются Интернетом не реже нескольких раз в неделю, но телевизор смотрят всего несколько раз в месяц и реже	13	19	18	28	29
Телевидением и Интернетом почти не пользуются — смотрят телевизор и пользуются Интернетом раз в месяц и реже	2	1	1	2	2

Источник: рассчитано автором по данным ВЦИОМ [602].

Следует отметить, что разделение между традиционными и цифровыми источниками информации стало весьма условным, так как телевидение, радио, газеты интегрируются с Интернетом, открывая мультимедийные порталы, информационные сайты, размещая контент в социальных сетях и собирая сообщества пользователей [605]. Согласно данным ВЦИОМ 2022 года, в медиапотреблении различных возрастных групп российских граждан существуют значительные различия. Гибридной модели медиапотребления несколько больше следуют граждане зрелого возраста. Наиболее активными потребителями информации в Интернете выступает молодежная аудитория, которая полностью игнорирует телевидение. Самыми активными телезрителями по-прежнему являются пожилые граждане, среди которых немногие также пользуются Интернетом.

Медиапотребление российских граждан: источники новостей. По данным ФОМ, динамика потребления новостей в период 2010–2023 годов показывает нисходящий тренд аудитории телевидения (-28%), которое было главным каналом поступления информации для подавляющего большинства граждан. Указанные данные представлены в таблице 9. В то же время цифровые коммуникации продемонстрировали восходящий тренд, нарушив монопольное положение телевидения в производстве и распространении новостей. Значительно возросла (+29%) аудитория информационных сайтов, существенно увеличилось (+22%) число пользователей, узнающих новости на интерактивных платформах социальных сетей и мессенджеров. При этом несколько снизилось (-6%) значение изначального канала коммуникации – непосредственного общения между людьми в передаче новостей. Среди традиционных СМИ радио (-11%) и пресса (-16%) еще более значительно, чем телевидение утратили влияние на аудиторию, служа источником новостей лишь для немногих граждан. Таким образом, за рассматриваемый период произошла диверсификация каналов распространения новостной информации. Традиционные СМИ разделяют информационное воздействие на аудиторию с цифровыми коммуникациями, включающими множество новостных сайтов, ограниченный ряд социальных медиа и популярных мессенджеров [615].

Таблица 9 — Источники новостной информации российских граждан («Из каких источников вы чаще всего узнаете новости, информацию?»)

В процентах

Варианты ответа	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.
Телевидение	87	92	92	86	87	88	87	78	72	68	65	63	59	59
Новостные сайты в Интернете	13	20	26	26	29	34	39	41	40	45	42	45	45	42
Форумы, блоги, социальные сети, мессенджеры	4	7	9	12	14	14	14	18	19	27	21	23	23	26
Разговоры с родственниками, друзьями, знакомыми	22	17	23	20	22	20	25	20	15	19	14	16	15	16
Радио	19	21	21	19	18	18	17	16	14	13	11	10	8	8
Печатная пресса (газеты, журналы)	21	27	29	22	18	22	17	18	13	13	8	9	8	7
Другое	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Затрудняюсь ответить	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1

Источник: рассчитано автором по данным ФОМ [621].

Согласно результатам опроса ВЦИОМ, среди российской аудитории цифровые средства коммуникации, включающие Интернет-сайты, социальные медиа и мессенджеры, стали главным источником информации о происходящих в стране событиях. 2020 год стал «переломным моментом», когда объем аудитории цифровых источников новостей впервые превысил телевизионную аудиторию. Об этом свидетельствуют данные, представленные в таблице 10. Тенденцию усиления влияния цифровых коммуникаций в распространении новостей ускорил фактор пандемии коронавируса, когда возросла потребность в альтернативных источниках, обмене информацией и опосредованном взаимодействии. За последние годы соотношение граждан, получающих новости преимущественно из цифровых и телевизионных источников, стабилизировалось. Однако в цифровых коммуникациях, транслирующих новости о происходящих в стране событиях, произошли заметные подвижки. Если доля информационных сайтов остается устойчивой в течение нескольких лет, то значительная часть доли социальных сетей и блогов переходит к мессенджерам [599].

Таблица 10 — Источники новостной информации российских граждан («Что для Вас служит главным источником новостей о событиях в нашей стране?»)

В процентах

Варианты ответа	2018 г.	2020 г.	2021 г.	2023 г.
Телевидение	53	38	42	40
Интернет — новостные, информационные сайты	18	23	20	19
Интернет — социальные сети, блоги	14	20	21	14
Мессенджеры	-	-	4	11
Разговоры с людьми	7	7	5	8
Радио	3	5	2	2
Газеты	3	2	1	1
Журналы	0	1	0	0
Ничего из перечисленного	1	3	2	2
Затрудняюсь ответить	1	1	3	3

Источник: составлено автором по данным ВЦИОМ [599].

Каналы получения новостей, образующие управляемые потоки информации, имеют существенные различия в гендерных и возрастных группах российских граждан. Женщины существенно более склонны, чем мужчины получать новости из телевидения (45% против 34%). Среди цифровых источников новостей выявилось равное соотношение между мужчинами и женщинами в предпочтении информационных сайтов (по 19%). Мужчины несколько больше, чем женщины в выборе источника новостей отдают предпочтение интерактивным цифровым коммуникациям: социальным сетям (16% против 14%) и мессенджерам (13% против

9%). Мужчины также несколько больше, чем женщины предпочитают получать новости при общении с людьми (9% против 7%).

В возрастных группах потребление новостной информации по различным каналам существенно разнится. Для абсолютного большинства молодежи основными источниками новостей стали цифровые каналы информации. Среди граждан средней возрастной группы таких более половины (58%), среди старшего поколения лишь более трети (37%), среди пожилого поколения гораздо меньше (16%). Причем для молодежи студенческого возраста среди цифровых коммуникаций практически в равной степени главными источниками новостей стали информационные сайты, социальные медиа и мессенджеры. Граждане средней возрастной группы уже значительно меньше черпают новостную информацию из социальных сетей и мессенджеров, предпочитая получать сведения из информационных сайтов, что выявляет привыкание поколения к определенному каналу коммуникации в процессе социализации. Жители крупных городов значительно чаще, чем сельские жители в качестве основного источника новостей используют цифровые коммуникации: информационные сайты (30% против 12%), социальные сети (19% против 9%) и мессенджеры (14% против 9%). Указанные данные представлены в таблице 11.

Таблица 11 — Источники новостной информации возрастных групп российских граждан («Что для Вас служит главным источником новостей о событиях в нашей стране?»)

В процентах

Варианты ответа	Все	18-24 года	25-34 года	35-44 года	45-59 лет	60 лет и старше
Телевидение	40	9	12	24	46	70
Интернет — новостные, аналитические, официальные сайты	19	24	24	27	18	10
Интернет — социальные сети, блоги	14	25	28	15	11	4
Мессенджеры	11	23	19	16	8	2
Разговоры с людьми	8	9	10	11	10	4
Радио	2	2	0	3	1	3
Газеты	1	0	0	0	1	2
Журналы	0	0	0	0	0	0
Ничего из перечисленного	2	1	3	2	1	2
Затрудняюсь ответить	3	7	4	2	4	3

Источник: составлено автором по данным ВЦИОМ [599].

По результатам мониторинга ФОМ на середину 2023 года, каналы коммуникации имели существенные возрастные различия. Для большинства молодого и зрелого поколений основным источником новостей стали информационные сайты, о чем свидетельствуют социологические данные,

представленные в таблице 12. Также более половины молодежи узнает новостную информацию на цифровых площадках социальных сетей и мессенджеров. Старшее и особенно пожилое поколения в абсолютном большинстве получают информацию из телевизионного источника. Радио и пресса остались значимым источником информации только для пожилого поколения. При этом более трети старшего поколения и четверть пожилого поколения активно осваивает информационное пространство Интернета.

Социологические исследования выявляют ряд особенностей информационного потребления в социально-демографических группах. Чем моложе, образованнее и урбанизированнее граждане, тем больше они ориентированы на цифровые источники информации. Граждане с высшим образованием более склонны узнавать информацию из новостных сайтов (57%) и социальных медиа (36%), тогда как со средним эти показали значительно меньше (35% и 25%, соответственно). Доля потребителей информации посредством цифровых коммуникаций в крупных городах составляет около половины (45-48%) пользователей, а в малых городах и селах несколько меньше – более трети (37-40%) [615].

Таблица 12 — Распределение источников информации по возрастным группам («Из каких источников вы чаще всего узнаете новости, информацию?»)

В процентах

Варианты ответа	Все	18–30 лет	31–45 лет	46–60 лет	60+ лет
Телевидение	59	21	44	65	83
Новостные сайты в Интернете	42	57	52	38	25
Форумы, блоги, социальные сети, мессенджеры	26	51	39	19	10
Разговоры с родственниками, друзьями, знакомыми	16	21	17	16	16
Радио	8	2	5	8	13
Печатная пресса (газеты, журналы)	7	1	2	5	17
Другое	1	2	1	1	1
Затрудняюсь ответить	1	1	2	1	1

Источник: составлено автором по данным ФОМ [621].

Медиапотребление российских граждан: достоверность информации.

Согласно результатам исследований ВЦИОМ, представленным в таблице 13, анализ динамики доверия к источникам информации показывает, что телевидение со временем значительно утратило свои позиции наиболее достоверного источника новостей, а социальные медиа значительно расширили долю доверяющей аудитории. В настоящее время телевидение, информационные сайты и социальные

медиа пользуются схожим уровнем доверия к распространяемой информации о событиях, происходящих в стране. Примечательно, что информация, полученная при общении между людьми, в представлении граждан в значительно меньшей степени отражает объективную картину, чем обозначенные медиа. Газеты и радио, относящиеся к традиционным СМИ, утратили свою информационную значимость.

Таблица 13 — Динамика восприятия российскими гражданами объективности источников информации («По Вашему мнению, где проще найти объективную информацию о событиях в России?»)

В процентах					
Варианты ответа	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2023 г.
1	2	3	4	5	6
Телевидение	46	43	34	30	26
Интернет — социальные сети, блоги	10	13	18	15	24
Интернет — новостные, аналитические, официальные сайты	22	20	19	18	22
Разговоры с людьми	7	10	13	9	11
Газеты	4	4	3	3	1
Радио	1	2	1	2	1
Ничего из перечисленного	10	8	4	15	8
Затрудняюсь ответить	-	-	8	8	7

Источник: составлено автором по данным ВЦИОМ [599].

Прослеживается зависимость: чем более активны пользователи в Интернете и социальных медиа, тем более склонны они считать информацию из этих источников объективной. Указанные данные представлены в таблице 14.

Таблица 14 — Источники объективной информации российских граждан. По Вашему мнению, где проще найти объективную информацию о событиях в России?

В процентах						
Варианты ответа	Все	18-24 года	25-34 года	35-44 года	45-59 лет	60+ лет
Телевидение	26	5	9	13	28	51
Интернет – социальные сети, блоги	24	44	35	28	23	10
Интернет – новостные, аналитические, официальные сайты	22	33	31	28	18	13
Разговоры с людьми	11	4	11	13	15	9
Радио	1	2	0	1	2	2
Газеты	1	0	0	1	1	3
Журналы	0	0	0	0	0	1
Ничего из перечисленного	8	7	9	9	8	6
Затрудняюсь ответить	7	5	5	7	5	5

Источник: составлено автором по данным ВЦИОМ [599].

Примечательно, что женщины в значительной большей степени, чем мужчины считают телевизионную информацию объективной (32% против 19%). Тогда как мужчины более достоверными, чем женщины считают интерактивные источники информации – социальные медиа (27% против 21%) и общение с людьми (13% против 9%). Информационные сайты как источник новостей пользуются весьма схожим уровнем доверия как мужчин, так женщин (22% и 21%, соответственно). Радио, газеты и журналы не являются источниками достоверной информации ни у мужчин, ни у женщин. В возрастных группах молодое поколение считает более объективной информацию социальных медиа и новостных сайтов, а пожилое поколение более объективным источником считает телевидение [599].

Согласно актуальным социологическим исследованиям, подавляющее большинство (87%) граждан считает, что в связи с проведением специальной военной операции на Украине против России развязана информационная война. Однако более половины (53%) граждан не сталкивались с недостоверной информацией. При этом значимые части граждан сталкивались с недостойными новостями чаще всего на информационных сайтах (18%), социальных сетях и мессенджерах (17%), несколько реже на телевидении (11%). Наибольшее число недостоверных новостей в Интернете относилось к проведению Россией СВО (46%), в меньшей мере событиям, происходящим в стране (20%). Значимая часть (19%) опрошенных считает, что недостоверная информация инспирирована враждебными странами Запада, некоторые указывают на деятельность иностранных спецслужб (8%), российскую оппозицию (7%) и заинтересованных лиц (7%) [606].

По социологическим данным ФОМ 2023 года, в возрастных группах информация сайтов пользуется значительно большим доверием молодежной (36%) и зрелой (30%) и существенно меньшим доверием среди старшей (23%) и пожилой (12%) аудиторий. Схожие показатели наблюдаются в отношении социальных медиа (18-30 лет – 36%, 31-45 лет – 22%, 46-60 лет – 10%, больше 60 лет – 4%). В целом возрастные сравнения указывают, что традиционные СМИ, включающие телевидение, радио и прессу, утрачивают доверие российских граждан. Только среди пожилого поколения они пользуются относительно высоким уровнем доверия (телевидение – 61%, радио – 10%, пресса – 11%). Чем выше уровень образования, тем несколько большее доверие вызывают цифровые источники, прежде всего новостные сайты, и меньшее СМИ. Значительных различий в уровне доверия к цифровым источникам информации в зависимости от урбанизации не выявлено [615].

Согласно мониторинговым данным ФОМ, потребление информации в Интернете происходит на разных видах цифровых платформ, которые имеют

определенную динамику популярности за последние годы. Если в 2018 году основными источниками информации были поисковые порталы и социальные медиа, то в 2023 году весьма значительную долю аудитории собрали мессенджеры. Таким образом, среди пользователей цифровых коммуникаций информационная аудитория распределена между поисковыми порталами, мессенджерами, социальными медиа, видеохостингами и новостными сайтами. Данные об этом представлены в таблице 15. При этом многие пользователи предпочитают получать текущую информацию из нескольких обозначенных источников.

В гендерных группах мужчины несколько больше, чем женщины предпочитают черпать новостную информацию из сообщений поисковых порталов (31% и 28%, соответственно) и видеохостингов (19% и 14%, соответственно). В свою очередь женщины существенно больше, чем мужчины предпочитают получать информацию в социальных сетях (21% и 16%, соответственно). Пользователи среднего возраста существенно больше отдают предпочтение поисковым порталам и информационным сайтам, молодое поколение – социальным сетям и мессенджерам. Пожилые граждане предпочитают традиционные источники, лишь немногие находят новостную информацию на поисковых порталах, агрегирующих новости [621].

Таблица 15 — Источники информации российской аудитории цифровых коммуникаций. («Какие источники вы обычно используете, чтобы читать, смотреть новости, информационные сообщения в Интернете?») В процентах

Варианты ответа	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.
Читаю новости в поисковиках	36	40	39	39	39	29
Читаю новости в мессенджерах	-	8	7	12	14	23
Читаю новости в социальных сетях, блогах, форумах или перехожу по ссылкам	17	23	18	19	19	19
Смотрю новостные видео	-	-	12	13	14	16
Читаю новостные Интернет-ресурсы	9	13	12	11	12	15
Другие источники	1	2	1	1	2	2
Затрудняюсь ответить	1	1	1	1	1	1

Источник: составлено автором по данным ФОМ [621].

По данным мониторинга ФОМ, треть (33%) российских граждан получает новостную информацию в социальных медиа, включая мессенджеры, социальные сети, блоги и форумы, о чем свидетельствуют данные, представленные в таблице 16. Среди российской аудитории новых медиа ключевыми каналами поступления информации стали мессенджер Telegram и социальная сеть ВКонтакте. Мессенджер

Telegram за последние годы весьма значительно расширил круг пользователей, выйдя в число лидеров цифровых коммуникаций, а социальная сеть ВКонтакте показала устойчивый прирост потребителей информации. Мессенджеры WhatsApp и Viber, социальные сети Одноклассники и Instagram обладают существенно меньшим информационным влиянием. Остальные новые медиа среди российской аудитории не имеют значимого воздействия как источники информации о происходящих событиях. В гендерном срезе мужчины несколько меньше, чем женщины склонны получать информацию в социальной сети ВКонтакте (14% и 20%, соответственно). В гендерном составе аудитории мессенджера Telegram значимых различий не выявлено (21% и 19%, соответственно). В аудитории социальной сети ВКонтакте и мессенджера Telegram преобладают пользователи молодого и зрелого поколений [621].

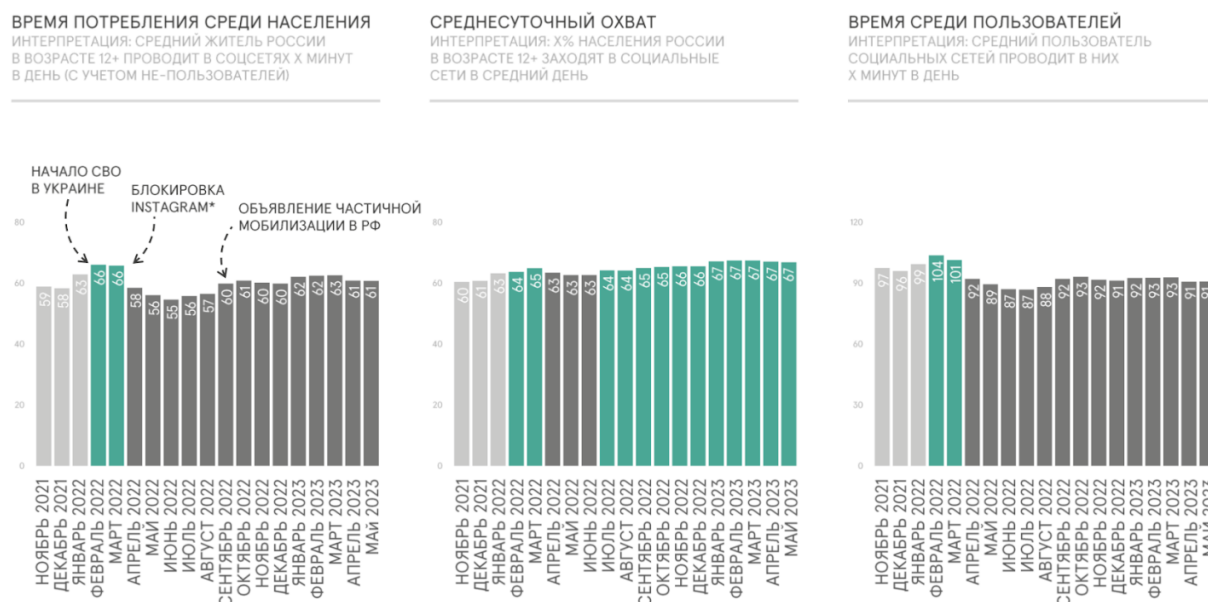
Таблица 16 — Информационное влияние ресурсов новых медиа среди российской аудитории. («На каких форумах, блогах, сайтах социальных сетей, в каких мессенджерах вы обычно узнаете новости, читаете информационные сообщения?»)

Варианты ответа	В процентах					
	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.
Telegram	-	3	4	8	9	20
ВКонтакте	11	14	14	13	14	17
WhatsApp, Viber	-	6	3	8	8	9
Одноклассники	6	7	5	5	5	6
Instagram	4	7	9	10	12	6
Мой мир на Mail.ru	1	2	1	2	2	2
Facebook	2	4	3	4	3	1
Twitter	1	1	2	2	2	1
Мой круг	1	1	1	1	1	1
LiveJournal (Живой Журнал)	1	1	1	1	1	1
Другие	1	1	1	1	1	1
Затрудняюсь ответить	1	1	1	1	1	1

Источник: составлено автором по данным ФОМ [621].

Медиапотребление российских граждан: Интернет-ресурсы. По данным «Mediascope», на конец 2023 года подавляющее большинство (83%) граждан России старше 12 лет ежедневно используют Интернет в среднем 4 часа 23 минуты. Немногим менее половины (44%) пользователей входит в Интернет-пространство только с мобильных устройств смартфонов и планшетов, более половины (56%) как с мобильных устройств, так и десктопных устройств, к которым относят компьютеры и ноутбуки. Структура Интернет-потребления сложилась следующая: видео – 19%, социальные сети – 18%, мессенджеры – 17%, игры – 10%,

маркетплейсы – 4%. Таким образом, более половины (54%) времени Интернет-потребления ежедневно приходится на социальные медиа. В 2023 году абсолютное большинство (67%) российского населения старше 12 лет ежедневно использует социальные сети, среди пользователей среднее время «погружения» составляет более полутора часов. Подробные распределения представлены на рисунке 9.



Источник: Mediascope Cross Web [651].

Рисунок 9 — Динамика показателей медиапотребления в социальных сетях населения России в 2021–2023 годах

За последние годы социальные медиа еще более расширили влияние на российских граждан. По охвату аудитории среди ресурсов социальных медиа ведущие позиции укрепили видеохостинг YouTube, мессенджер Whatsapp и социальная сеть ВКонтакте. В число лидеров рейтинга Интернет-ресурсов вошел мессенджер Telegram, а социальная сеть Tiktok несколько сдала позиции, снизив охват аудитории. В марте 2022 г. на территории России была запрещена деятельность принадлежащих компании Meta социальных сетей Facebook и Instagram, которые были признаны судом на основании иска Генеральной прокуратуры экстремистскими. Основанием иска стала корпоративная политика Meta, направленная против интересов России и безопасности государства, создающая угрозы общественной безопасности и жизни российских граждан. Суд установил, что под видом коммерческой деятельности американская транснациональная холдинговая компания Meta Platforms Inc. распространяла в социальных сетях Facebook и Instagram контент, содержащий призывы к насильственным и экстремистским действиям в отношении российских граждан, а также создающий угрозу конституционному строю [12]. Однако запрет

деятельности социальных сетей Facebook и Instagram на территории России не предусматривал для граждан меры ответственности за их использование. Ограниченный доступ к аккаунтам социальных сетей был обеспечен посредством виртуальной частной сети (VPN), позволяющей обойти блокировку трафика внутри страны. Запрет не распространялся на функционирование мессенджера WhatsApp, также принадлежащего компании Meta, на основании отсутствия возможности публично распространять информацию. Подробные распределения, свидетельствующие об этих изменениях, представлены в следующей таблице 17.

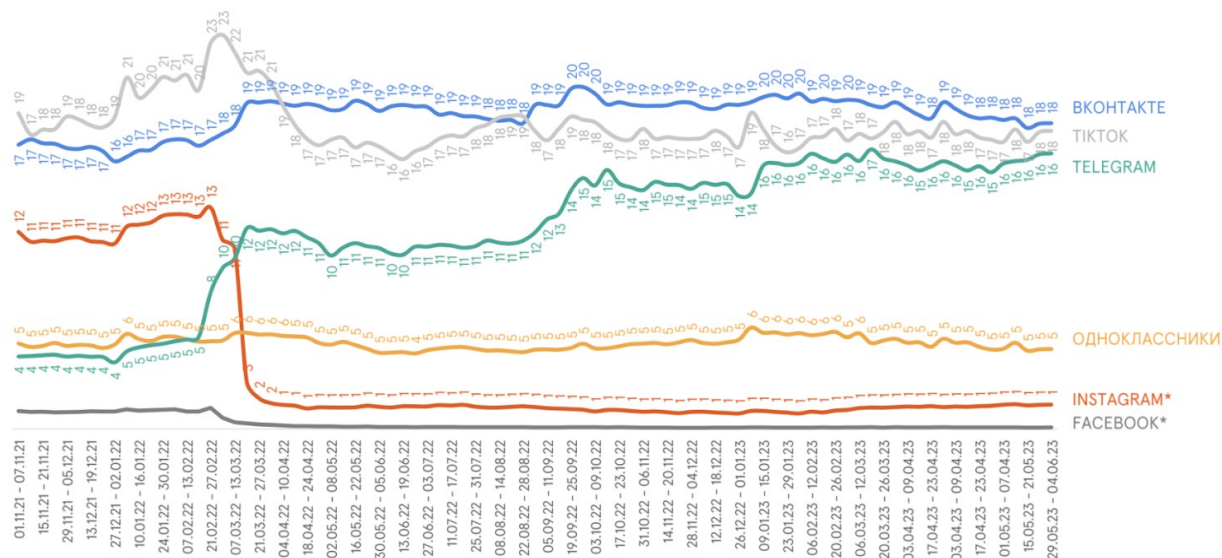
Таблица 17 — Рейтинг Интернет-ресурсов по охвату российской аудитории 12+

Январь 2022 г.			Январь 2023 г.			Январь 2024 г.		
Интернет-ресурс	в тыс. чел.	в процентах	Интернет-ресурс	в тыс. чел.	в процентах	Интернет-ресурс	в тыс. чел.	в процентах
Яндекс	93993	77	Яндекс	98025	81	Яндекс	100299	82
Google	91415	75	Google	96241	79	Google	99444	82
YouTube	89459	73	YouTube	93206	77	YouTube	95529	79
Whatsapp	83887	69	Whatsapp	89626	74	Whatsapp	95347	78
ВКонтакте	79164	65	ВКонтакте	87363	72	ВКонтакте	90289	74
Sberbank	75077	62	Sberbank	81118	67	Telegram	83722	69
Mail.ru	70779	58	Дзен	77182	63	Sberbank	82925	68
Instagram	67004	55	Telegram	74661	61	Дзен	82129	68
TikTok	65837	54	Mail.ru	74395	61	Mail.ru	77619	64
Gosuslugi	57268	47	TikTok	67440	55	Wildberries	70390	58

Источник: составлено автором по данным Mediascope Cross Web [651].

Следующая диаграмма, представленная на рисунке 10, наглядно показывают изменение динамики медиапотребления российских пользователей в социальных сетях в последние три года. Показатели ежедневного времени, проводимого пользователями в основных социальных сетях, претерпели существенные изменения. Размеренная динамика медиапотребления была нарушена введением в марте 2022 года запрета деятельности социальных сетей Facebook и Instagram. Часть пользователей, запрещенных социальных стали интенсивнее использовать социальную сеть ВКонтакте. Интерес к оперативным новостям в тревожной обстановке объявления СВО из неофициальных источников способствовал расширению аудитории и резкому росту времени пользователей мессенджера

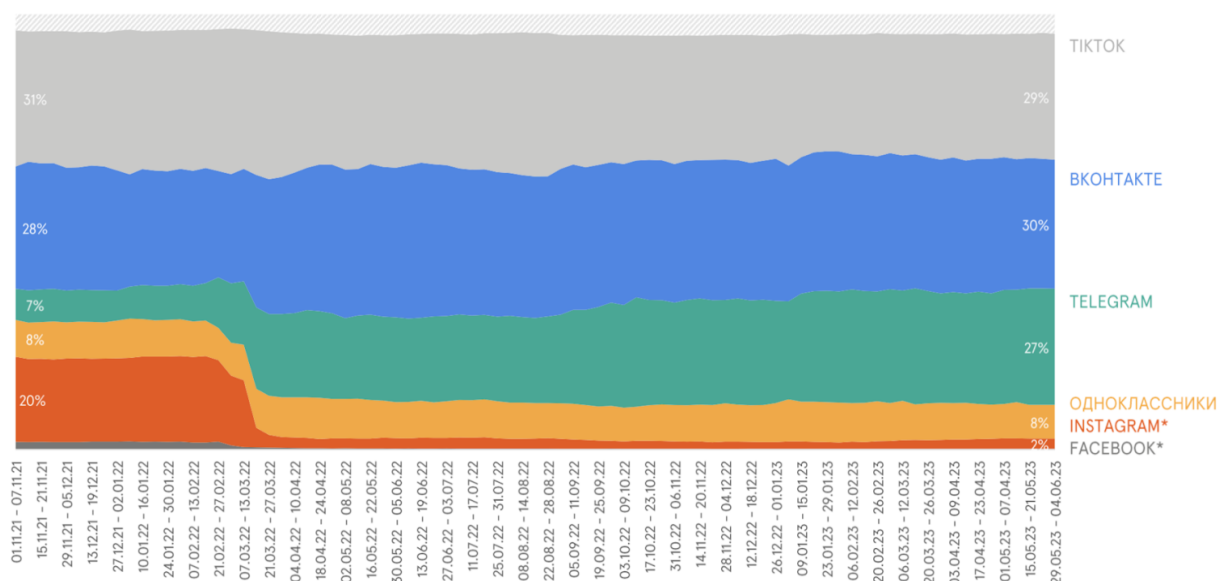
Telegram. Смена общественного контекста настроила пользователей на потребление информационного контента, что негативно сказалось на времени потребления в большей части развлекательного контента в сервисе обмена короткими видео TikTok.



Источник: Mediascope Cross Web [651].

Рисунок 10 — Время потребления социальных медиа в России в 2021–2023 годы (в минутах в день в среднем на каждого Интернет-пользователя)

В 2023 году по среднесуточному охвату населения (12+) России на лидирующую позицию вышел мессенджер Telegram – 46%, далее следует социальная сеть ВКонтакте – 45%, сервис видеороликов TikTok – 26%, социальная сеть Одноклассники – 16%. Охват запрещенных социальных сетей сократился – Instagram до 5%, Facebook до 1%. Полная статистика за указанный период представлена на рисунке 11. Показатели количества пользователей и времени, проводимого ими в социальных сетях, позволяют отразить структуру медиапотребления. За последние годы в структуре медиапотребления доля социальной сети ВКонтакте увеличилась незначительно с 28% до 30%, доля сервиса видеороликов несколько уменьшилась с 31% до 29%, резко возросла доля мессенджера Telegram с 7% до 27%, доля социальной сети Одноклассники осталась на прежнем уровне 8%. Между тем в связи с запретом на Интернет-ресурсы компании Мета доля социальной сети Instagram упала с 20% до 2%, а доля социальной сети Facebook с 3% уменьшилась до 1%. Таким образом, произошло перераспределение медиапотребления в соответствии с введением правовых норм, развитием новых платформ и изменением предпочтений пользователей.



Источник: Mediascope Cross Web [651].

Рисунок 11 — Структура потребления социальных медиа в России в 2021–2023 годах

Исследование Brand Analytics рассматривает влияние активной аудитории социальных медиа, которую составляют пишущие пользователи, на формирование общественного мнения в России. В октябре 2023 года объем активной аудитории социальных медиа России, рассчитываемой по числу авторов сообщений, составил более 64,6 млн, из них в Вконтакте 25,6 млн, в Instagram 16,9 млн, в YouTube 7,1 млн, в Одноклассники 3,8 млн, в Facebook 1,2 млн, в TikTok 1,0 млн, в Дзен 0,5 млн, в X (Twitter) 0,2 млн, в Rutube 0,1 млн. Объем контента характеризует число размещенных сообщений. Авторы написали в социальных медиа 1,5 млрд публичных постов, репостов и комментариев, из 414,2 млн в ВКонтакте, 67,8 млн в Одноклассники, 41,9 млн в Instagram, 29,5 млн в YouTube, 7,3 млн в Facebook, 7,1 млн в Дзен, 6,4 млн в X (Twitter), 4,7 млн в Rutube, 1,9 млн в TikTok. В 2023 году по сравнению с предыдущим годом произошел лишь незначительный прирост активной аудитории социальных медиа как по числу авторов (+3,7%), так и по количеству сообщений (+3,2%). При этом в 2022 году произошло снижение числа авторов (-6%), но наблюдался рекордный прирост количества сообщений (+36%), что связывается с реакцией на начало проведения СВО на Украине. Существенный прирост (+30%) числа авторов произошел в 2020 году в период введения карантина, вызванного пандемией коронавируса [625].

Цифровые платформы в мире. Индикаторами информационного влияния платформ социальных медиа являются количество активных пользователей и время пользования, показывающие охват и вовлеченность аудитории. В настоящее время социальные медиа подразделяются по своим функциям на три основные группы:

социальные сети, видеохостинги и мессенджеры. Некоторые платформы социальных медиа совмещают эти функции. Для данного исследования важность представляет вопрос о контроле и управлении платформами социальных медиа. Из приведенных ниже 15 самых популярных в мире по количеству пользователей 8 платформ (Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram, Messenger, Snapchat, X (Twitter), Pinterest) принадлежит корпорациям США, шесть платформ основаны компаниями КНР (TikTok, WeChat, Douyin, Kuaishou, Sina Weibo, Tencent QQ) и одна платформа ОАЭ (Telegram). Рассматривая аудиторию цифровых коммуникаций, следует иметь в виду, что многие пользователи задействуют несколько платформ социальных медиа. Данные обстоятельства создают сложности для подсчета количества пользователей социальных медиа. Однако современные методы позволяют установить степень пересечения аудиторий. Например, между собой значительно пересекаются аудитории платформы Facebook с платформами YouTube и Instagram. По данным GWI, более половины пользователей платформы Instagram смотрит TikTok, в то же время абсолютное большинство пользователей TikTok задействует Instagram. Далее представлена таблица 18, включающая сводную информацию о крупнейших мировых социальных медиа с точки зрения их влияния на Интернет-аудиторию.

Таблица 18 — Влияние платформ социальных медиа на мировую аудиторию

Платформа / URL-ссылка	Количество активных пользователей, млн	Время пользования каждым в месяц (сентябрь 2023 года) [661]	Основной функционал	Корпорация (компания) владелец	Блокирующие страны
1	2	3	4	5	6
Facebook facebook.com	3 049	19 часов 47 минут	Социальная сеть	Meta Platforms Inc. (США)	Китай, Иран, Вьетнам, Пакистан, Сирия, Северная Корея, Россия и др.
Youtube youtube.com	2 491	28 часов 5 минут	Видеохостинг	Alphabet Inc. (США)	Китай, Северная Корея, Иран, Сирия и др.
WhatsApp whatsapp.com	2 000	17 часов 6 минут	Мессенджер для обмена сообщениями, изображениями, документами, местоположением; голосовые и видеозвонки	Meta Platforms Inc. (США)	Китай, Иран, Северная Корея, Куба и др.
Instagram instagram.com	2 000	15 часов 50 минут	Социальная сеть для обмена фотографиями и видео	Meta Platforms Inc. (США)	Китай, Иран, Северная Корея, Куба, Россия и др.

Продолжение таблицы 18

1	2	3	4	5	6
TikTok tiktok.com	1 562	34 часа	Хостинг для создания и просмотра коротких видео, социальная сеть	ByteDance Ltd. (КНР)	Индия, Иран, Израиль, США, Канада, ЕС и др.
WeChat wechat.com	1 356	-	Мессенджер для обмена сообщениями, фотографиями и видео; социальная сеть; мобильные платежи; видео-конференции; видеоигры	Tencent Holdings Ltd. (КНР)	Индия, США, Канада
Messenger messenger.com	979	19 часов 47 минут	Мессенджер для обмена сообщениями и видео	Meta Platforms Inc. (США)	Китай, Иран, Вьетнам, Пакистан, Сирия, Северная Корея, Россия
Telegram telegram.org	800	3 часа 45 минут	Мессенджер для обмена сообщениями и медиафайлами; Частные и групповые голосовые и видеозвонки; публичные трансляции	Telegram FZ LLC (ОАЭ)	Китай, Иран, Пакистан
Douyin doyin.com	752	-	Версия TikTok для материкового Китая	ByteDance Ltd. (КНР)	-
Snapchat snapchat.com	750	3 часа 33 минуты	Мессенджер для обмена исчезающими сообщениями и изображениями	Snap Inc. (США)	Китай, Иран, Куба, ОАЭ
Kuaishou kuaishou.com	685	-	Приложение для обмена видео, редактирования и спецэффектов	Kuaishou Technology (КНР)	-
X (Twitter) twitter.com (x.com)	619	4 часа 40 минут	Социальная сеть микроблогов для обмена текстовыми сообщениями, изображениями и видео	X Corp. (США)	Китай, Иран, Северная Корея, Россия
Sina Weibo weibo.com	605	-	Сервис микроблогов, обмена сообщениями, изображениями и видеофайлами, социальная сеть	Sina Corp. (КНР)	Индия

Продолжение таблицы 18

1	2	3	4	5	6
Tencent QQ im.qq.com	558	-	Сервис обмена сообщениями; групповые голосовые чаты; микроблоги; онлайн-социальные игры, музыка, фильмы, покупки	Tencent Holdings Ltd. (КНР)	Индия
Pinterest pinterest.com	482	1 час 49 минут	Сервис обмена фото, картинок, социальная сеть для сохранения и поиска творческих идей	Pinterest Inc. (США)	Китай

Источник: составлено автором.

Таким образом, на протяжении прошедших десяти лет в мире сложилась ситуация, когда доминирование американских транснациональных IT-корпораций оспаривают китайские IT-компании. Изначально создание глобального «сетевого общества» посредством цифровых коммуникаций отвечало интересам США, стремившихся посредством технологического превосходства и информационного контроля сохранить господствующее положение в мире. Исследователи квалифицируют происходящие изменения как передел «сетевого общества» в процессе формирования «новой биполярности» на мировой арене [311]. В мире на глобальном рынке платформ социальных медиа образовалась дуополия США и КНР, которые обладают преимуществами в достижении «цифрового лидерства и экспансии». Цифровая дуополия, в которой агентами противостояния стали крупные высокотехнологичные компании, приводит к поляризации информационного влияния на мировой арене. По мнению исследователей, платформы социальных медиа открыли новые возможности трансляции влияния, участвуя в международных процессах воспроизводства и переустройства мирового порядка [310].

Противостояние США и КНР в сфере информационных технологий выражается в разработке программного обеспечения, производстве гаджетов и управлении социальными медиа. Расширение производства цифровых сервисов, оборудования и мобильных устройств усиливает возможности мирового влияния КНР, показывая преимущества китайской политической системы над американской моделью либеральной демократии. В борьбе за мировое влияние США и КНР используют платформы социальных медиа в качестве инструмента информационного воздействия на общественное сознание и поведение в разных

странах. Противостояние проявляется во взаимных ограничениях и блокировании цифровых платформ и сервисов. Исследователи рассматривают Интернет-платформы как инструмент социального контроля цифрового пространства, который при отсутствии государственного регулирования и общественного надзора становятся институтом, обладающим неограниченной властью в медиатизированном мире [353].

Конкуренция между США и КНР проявляется как в принципах управления ресурсами Интернета, так и в определении технических протоколов коммуникации. Американские корпорации, создавая сетевое пространство в глобальном масштабе, предусматривали функцию гейткипинга, подключая и выключая национальные сегменты и отдельных пользователей. КНР, преодолевая доминирование США в цифровом пространстве коммуникаций, продвигает альтернативные сервисы социальных медиа своих IT-компаний, адаптированные для мирового рынка. КНР декларирует возможность установления киберсуверенитета всеми странами в своих границах, но в рамках мирового сообщества «общей судьбы» на единых принципах равенства, справедливости, сотрудничества, мира и невмешательства КНР стремится изменить существующий порядок управления глобальным цифровым пространством, добиваясь передачи контроля над инфраструктурой Интернета международным организациям под эгидой ООН [363]. Между тем структурирование мирового пространства цифровых коммуникаций не сводится к противостоянию США и КНР.

Цифровой суверенитет. В 1990-х годах Интернет рассматривался как глобальный проект, способный объединить мир и сделать его открытым для общения между людьми. Адепты глобализации следовали техническому детерминизму, рассматривая Интернет как средство, стирающее прежние общественные порядки и неизбежно открывающее закрытые общества. Либеральные идеологи с подачи транснациональных компаний вынашивали идеи индивидуальной свободы как «граждан мира», перетекании власти к множеству возникающих самоуправляющихся Интернет-сообществ, отменяющих границы государств. С позиции глобалистов национальные государства, как авторитарные, так демократические, несут «угрозу глобальному характеру и свободе сетевых коммуникаций». Интернет оказывает давление на национальные государства пятью уникальными способами: транснациональный масштаб коммуникации, перекрывающий границы юрисдикций отдельных государств; широкие возможности для генерации, передачи, дублирования и хранения информации; распределенный контроль через децентрализованные Интернет-протоколы и рассредоточенное участие через сеть; появление новых сообществ, движений и

организаций, развивающихся параллельно с Интернетом; изменения в политике благодаря возможности коллективных действий выходить за рамки традиционных национальных государств [203].

Однако по мере расширения цифрового пространства и влияния в Интернете стали возникать внутренние границы, в рамках которых государства устанавливают свои институциональные правила. Глобальная архитектура Интернета подвергалась пересмотру при столкновении интересов национальных правительств, которые стремились вернуть контроль над своими обществами и избежать установления внешнего влияния. Формирование цифрового общества в глобальном масштабе обострило проблемы сохранения государственного суверенитета и защиты прав личности. Информационные технологии политического управления способствуют трансформации субъектов политики, усиливают значение когнитивного программирования реальности, приводят к формированию негативных сценариев общественного развития в условиях «цифрового неравенства» и «цифрового контроля», образуя «цифровой паноптикум» на основе сбора и анализа цифровых следов пользователей в цифровом пространстве коммуникаций. В современном мире в условиях технологических трансформаций на основе новых социальных коммуникаций создается архитектура цифровой реальности [294].

В условиях кардинальных изменений коммуникативных технологий государственное принуждение и территория государства сохранили политическое значение. Государства используют принуждение для обеспечения соблюдения национальных законов на своих территориях. Национальные правительства овладели техническими методами контроля над Интернетом, принуждая компании соблюдать принимаемые законы в пределах своих юрисдикций. Современный Интернет все больше разделяется границами государств, которые «возводят программные стены» между странами и регионами. Формирование разграниченного Интернета обусловлено давлением со стороны национальных правительств, устанавливающих законы в пределах своих юрисдикций, а также давлением граждан и поставщиков контента в разных странах следовать национальным традициям и пользоваться государственным языком. Как полагают исследователи, глобальный Интернет, имеющий внутренние границы, лучше соответствует национальным различиям между странами и людьми, что способствует большей эффективности, полезности, стабильности и разнообразию коммуникаций [163].

Современные исследователи понимают цифровой суверенитет как эмерджентное свойство государства, адаптирующее систему управления обществом в соответствии с образованием цифровой технологической инфраструктуры. Развитие цифровых технологий должно происходить проактивно в стратегических

интересах государства. Заимствование цифровых технологий ставит государство в зависимость от развитых стран [293]. Основными компонентами цифрового суверенитета наряду с социальными медиа обозначаются национальный сегмент Интернета, поисковая система, операционная система, программное обеспечение, криптографические алгоритмы и протоколы, система платежей, микроэлектроника, сетевое оборудование и навигационная система [286]. Цифровой суверенитет рассматривается в рамках достижения возможности государства контролировать свое информационное пространство, проводить самостоятельную информационную политику, блокируя внешнее информационное давление [324].

По мере расширения цифрового пространства коммуникаций и нарастания угрозы утраты власти над обществом государства стали устанавливать формальные и неформальные «правила игры» в киберпространстве, что приводит к национализации сегментов Интернета для установления цифрового суверенитета [289]. В целях обеспечения национальной безопасности государства устанавливают правовое регулирование Интернета, позволяющего ограничивать или блокировать использование иностранных цифровых ресурсов и программного обеспечения на своих территориях [620]. Стратегии обеспечения цифрового суверенитета предполагают регуляторные меры по локализации данных пользователей внутри страны и ограничение доступа иностранных платформ; достижение технологической автономии посредством государственного стимулирования развития собственных ИТ-экосистем, платежных систем, квантовых вычислений и искусственного интеллекта; образование международных альянсов и создание альтернативных стандартов. В условиях глобальной цифровизации обеспечение государственного суверенитета стало важнейшим вопросом национальной безопасности, требующим политико-правового регулирования.

Таким образом, цифровой суверенитет как концепция сформировался в ответ на расширение внешнего информационного воздействия и растущую технологическую зависимость от иностранных компаний. Первоначально цифровой суверенитет рассматривался через призму контроля над интернет-инфраструктурой, но с развитием облачных технологий и больших данных акцент сместился на вопросы регулирования хранения и передачи персональных данных и критически важных сведений, контроля над иностранными Интернет-ресурсами, развитие национальных платформ социальных медиа и поиска информации. В отличие от традиционного суверенитета, цифровой суверенитет сталкивается с уникальными вызовами трансграничности информации и асимметрии технологического развития стран. Цифровой суверенитет перестал быть абстрактной концепцией и стал необходимым условием выживания государств в информационную эпоху в условиях

технологической конкуренции и геополитических конфликтов, приводящих к выработке новых правил мирового порядка.

Управление цифровыми коммуникациями

Соединенные Штаты Америки. Власти США создают иллюзию свободы распространения информации и выражения мнения, в том числе посредством цифровых коммуникаций, как у себя в стране, так и за рубежом. Американский истеблишмент конструирует в общественном сознании такое представление, ссылаясь на приверженность первой конституционной поправке 1791 года, гарантирующей свободу слова, прессы и собраний. В действительности власти США относятся к данным конституционным правам крайне избирательно, пренебрегая ими и используя манипулятивные инструменты пропаганды, обличенной в связи с общественностью.

Распространение Интернета сподвигло власти США в 1996 году принять закон «О приличиях в сфере коммуникаций» (Communications Decency Act, CDA), ставший специальным разделом Закона о коммуникациях 1934 года [21]. Необходимость новаций была вызвана опасениями общественности в открытом доступе к порнографии в Интернете. Однако уже в следующем году федеральный суд установил, что положения о непристойности нарушают принцип свободы слова, а Верховный суд США подтвердил правильность решения. Между тем один из разделов закона установил федеральный иммунитет, который снимает с Интернет-компаний, онлайн-провайдеров и контент-хостов ответственность за публикацию пользователями контента: «Ни один поставщик или пользователь интерактивной компьютерной услуги не должен рассматриваться как издатель или автор любой информации, предоставленной другим поставщиком информационного контента» [20].

Закон «О порядочности коммуникаций» декларировал сохранение динамичного и конкурентоспособного свободного рынка интерактивных компьютерных услуг без ограниченного государственного регулирования. Согласно закону, свобода Интернета должна была обеспечить возможности для «истинного разнообразия политического дискурса», культурного развития и интеллектуальной деятельности, устраняя препятствующие развитию и использованию технологий блокировки и фильтрации. Ответственность за создание или разработку информации, предоставляемой через Интернет и другие интерактивные сервисы, несет поставщик информационного контента. При этом закон дает право поставщикам программного обеспечения получать, фильтровать, организовывать, реорганизовывать, разрешать, запрещать, выбирать, отображать, переводить,

передавать, пересылать, кэшировать, искать и анализировать контент. Владельцы Интернет-ресурсов получили право ограничивать доступ или доступность материалов, удалять сообщения пользователей в случае нарушения внутренних правил сообществ и уставленных компанией правил предоставления услуг.

В отношении цифровых коммуникаций конституционный принцип свободы американцев был нарушен под предлогом национальной безопасности. Принятый после трагических событий 11 сентября 2001 года Патриотический закон (USA Patriot Act), продвигаемый президентом Д. Бушем, расширил права спецслужб по электронной слежке за людьми как в США, так и по всему миру [22]. Согласно открывшимся сведениям, агентство национальной безопасности (АНБ) на постоянной основе посредством контроля над сетевыми каналами Интернета и провайдерами мобильной связи отслеживало действия пользователей. Секретная информация, переданная СМИ в 2013 году агентом АНБ Э. Сноуденом, свидетельствовала, что спецслужбы США ведут тотальную слежку за пользователями цифровых коммуникаций, включая мобильную связь и Интернет-ресурсы. В 2015 году президент США Б. Обама подписал Закон о свободе (USA Freedom Act), который продлил истекающие положения Патриотического закона, позволяющие спецслужбам отслеживать поведение пользователей в цифровом пространстве [23].

По опубликованной информации правительство США с 2007 года реализует программу PRISM, направленную на массовый сбор данных в цифровых сетях коммуникаций по всему миру. АНБ системно отслеживало данные пользователей сетевыми ресурсами Интернет-компаний Microsoft, Yahoo, Google, Facebook, PalTalk, AOL, Skype, YouTube, Apple, получив тайный доступ к серверам платформ. Секретные агенты получили возможность со своих станций в любой точке мира через электронную систему PRISM самостоятельно получать необходимые сведения о действиях пользователей в электронной сети [653]. С 2011 года АНБ совместно со службой правительственной связи Великобритании запустило программу компьютерного слежения Tempora, которая посредством сервиса Mastering the Internet перехватывала данные текущего трафика по оптоволоконным линиям [645]. По обнародованной секретной информации, программа X-Keyscore, реализуемая США, Австралией и Новой Зеландией в рамках создания глобальной комплекса слежения «Пять глаз», завершила создание «национальной системы» сбора разведывательной информации [659]. Федеральный закон США «CLOUD Act», принятый конгрессом в марте 2018 года, открыл легальный доступ американским правоохранительным органам к электронным данным, которые хранятся на серверах технологических компаний США, в т.ч. находящихся в иностранных юрисдикциях.

Функция контроля над информационной инфраструктурой и массовыми коммуникациями, включая Интернет и социальные медиа, в США возложена на федеральную комиссию по связи (FCC), которая имеет статус независимого агентства при правительстве США. В 2005 году FCC официально утвердила принцип сетевой нейтральности, «чтобы сохранить и продвигать живой и открытый характер Интернета», открывая возможности телекоммуникаций с использованием широкополосной связи. Принцип сетевого нейтралитета обязывает провайдеров не блокировать сайты, ускорять, замедлять или ограничивать скорость Интернет-трафика и взимать дополнительную плату. В декабре 2017 года FCC под давлением Интернет-провайдеров, настаивающих на введении тарифных планов для привлечения инвестиций в цифровую инфраструктуру, отменила режим сетевого нейтралитета. Однако в апреле 2018 года вступили в силу правила «Восстановление свободы Интернета», вернувшие прежнюю схему регулирования, которая «способствовала росту, открытости и свободе» [656]. Федеральные законы США не ограничивают анонимность в Интернете, исходя из конституционных прав свободы слова. Однако законы отдельных штатов требуют представить документы для верификации возраста, чтобы получить доступ к отдельным Интернет-ресурсам, ограждая детей от негативного влияния контента.

После выборов президента США 2016 года, на которых неожиданно для американского истеблишмента победу одержал кандидат от республиканской партии Д. Трамп, а также после прошедшего голосования по выходу Великобритании из Европейского Союза (Brexit) в том же году владельцы платформ социальных медиа были обвинены в провоцировании негативных итогов голосования. Публичные слушания в конгрессе США обозначили политическую проблему, которая заключалась в узурпировании власти над обществом корпорациями, создавшими социальные сети. Руководитель компании, управляющей социальной сетью Facebook, М. Цукерберг был обвинен в попустительстве, приведшему к распространению фейковых новостей и экстремистской пропаганды «врагов США». Платформы социальных медиа были публично обличены демократами, проигравшими президентские выборы, как «проводники российского вмешательства».

Однако настоящий политический скандал вызвала информация о передаче персональных данных 87 млн пользователей социальной сети Facebook британской консалтинговой компании Cambridge Analytica, которая сопровождала избирательную кампанию Д. Трампа, осуществляя направленное информационное воздействие на американских избирателей. Как выяснилось, самая большая социальная сеть Facebook вела наблюдение за поведением пользователей, собирая и

продавая их персональные данные коммерческим компаниям. Часть прибыли социальная сеть Facebook получала от продажи рекламодателям сведений о локации и предпочтениях пользователей [667]. В свою очередь рекламодатели пользовались услугами социальной сети Facebook для продвижения своего контента посредством алгоритмов на адресные группы пользователей, что позволяет «показывать нужную рекламу нужным людям» [611].

На слушаниях в конгрессе глава компании М. Цукерберг декларировал, что социальная сеть Facebook позволяет поддерживать связь между людьми и участвовать в общественной жизни, проводя гражданские акции. Он признал недостаточными меры по предотвращению распространения сфабрикованных новостей и мотивированных ненавистью сообщений, а также по противодействию внешнего вмешательства в американские выборы и по защите персональных данных пользователей. При этом глава компании убеждал в нейтральности платформы, отрицал политическую предубеждения и директивы, признавая ошибкой блокировку доступа к контенту сторонников президента США Д. Трампа [595].

Проект OpenNet Initiative (ONI), инициируемый консорциумом ведущих университетов (Оксфорд, Кембридж, Гарвард, Торонто), был нацелен на выявление способов фильтрации контента и наблюдения за пользователями в Интернете. Фильтрация Интернет-контента стала общемировой практикой внедрения технологий контроля киберпространства. Механизмы контроля Интернет-контента введены в странах как с авторитарными, так и демократическими режимами. Исследователи рассматривают политический, правовой, социальный и культурный контексты Интернет-фильтрации в ряде государств [147]. Инициаторы проекта исходили из того, что государства и Интернет-компании внедрились методы фильтрации контента под благовидными предлогами защиты национальной безопасности, интеллектуальной собственности, культурных норм, религиозных ценностей, детей от порнографии и педофилии, но используют их в политических и коммерческих целях.

Исследователи выявили, что фильтрация доступа к информации в Интернете обычно производится следующими способами. Наиболее широко используется *блокирование доступа* к веб-страницам, доменам или IP-адресам Интернет-провайдерами. В текущем режиме блокирование доступа осуществляется при поиске пользователями информации по внесенным в «черные списки» ключевым словам, а также динамического анализа контента запрошенных веб-сайтов. Интернет-компании, предоставляющие услуги поиска информации, *изменяют загрузки*, чтобы скрыть незаконные или нежелательные веб-сайты. Действующие в рамках своих юрисдикций регулирующие органы инициируют *удаление веб-сайтов*

с неприемлемым или незаконным контентом, выдвигая требования к операторам хостинга и регистраторам доменных имен. Воздействие нежелательного контента на пользователей ограничивает *внедрение индуцированной самоцензуры* посредством выдвижения государствами или владельцами Интернет-ресурсов требований к информационной политике, продвижения социальных норм, принуждения под угрозой судебных рисков и финансовых санкций. Фильтрация контента в Интернете производится у «международных ворот» государствами на своей территории, реализуется по предписаниям Интернет-провайдером, устанавливается исходя из внутренних задач отдельными организациями и учреждениями, а также устанавливается на домашнем компьютере, ограничивая доступ к «вредным» сайтам. Режимы Интернет-фильтрации зависят от поставщиков программного обеспечения, использующих автоматизированные методы идентификации контента [634].

Исследователи проекта ONI выделили три поколения средств контроля потоков информации Интернета. Первое поколение обозначается как методы фильтрации «китайского стиля», запрещающие доступ к доменам серверов, ключевым словам, Интернет-ресурсам, IP-адресам и т. д. Второе поколение средств контроля задействует правовые и нормативные методы, продиктованные доктринами национальной и информационной безопасности, чтобы создать законные основания отказывать в доступе к Интернет-ресурсам. Третье продвинутое поколение средств контроля настроено уже не на отказ в доступе к Интернет-ресурсам, а на проведение «эффективных контрпропагандистских кампаний, подавляющих, дискредитирующих и деморализующих оппонентов». Интернет характеризуется как технология наблюдения государства за гражданами. Исследователи делят наблюдение на три категории — сети, серверы и клиенты, обозначая различных участников мониторинга Интернет-трафика: от государств и Интернет-провайдеров и OSP до поисковых систем, антивирусных программ и компаний по исследованию рынка. Исследования ONI показывают, что такие Интернет-компании, как Google, Facebook и Comscore, используют методы наблюдения за поведением пользователей для достижения конкурентного преимущества. Сбор персональных данных пользователей путем слежки стал частью их прибыльного бизнеса. Аккумулируя и обрабатывая большие данные, компании из цифрового сырья создают активы, превращая информацию о пользователях в востребованный на рынке товар [148].

В течение длительного времени компании, владеющие социальными сетями Twitter, YouTube и Facebook, манипулировали общественным мнением, модерлируя посредством алгоритмов распространение контента и активности пользователей.

Приобретя в 2022 году контрольный пакет акций социальной сети Twitter, технологический инвестор И. Маск провел аудит деятельности социальной сети. Внутрикorporативные документы выявили скрытые механизмы функционирования социальной сети, отмеченные в 15 разоблачительных материалах (Twitter Files). Материалы свидетельствуют об использовании владельцами компании технологий модерации контента для формирования общественного мнения в социальной сети. Материалы, соответствующие ценностям и интересам демократической партии США, получали широкое распространение и положительные комментарии, а материалы противников купировались и получали негативные оценки. Аккаунтам в социальной сети модераторы, цензурирующие контент, присваивали определенный статус по степени благонадежности сообщений, расширяя и сокращая охват аудитории, блокируя отображение профиля [664].

Обнародованные материалы раскрывают тесное взаимодействие менеджеров Twitter со спецслужбами ФБР и АНБ. Компания намеренно замалчивала историю с ноутбуком сына президента США Д. Байдена, блокировала сообщения президента США Д. Трампа, фальсифицировала мнения экспертов о распространении коронавируса и др. Рассмотрение материалов подтвердило существование политической цензуры в социальных сетях компаний США и выявило систему двойных стандартов в политических отношениях. Модераторы социальной сети целенаправленно распространяли сфабрикованные сообщения о вмешательстве России в президентские выборы в США. Социальная сеть, принадлежащая частным инвесторам, раскручивала аккаунты госдепартамента и военного ведомства. Аудит состава пользователей социальной сети выявил большое количество ботов (более 20%), имитирующих реальных людей [652].

В США отсутствует закон о защите данных, который ограничивает Интернет-компании в использовании личной информации пользователей и запрещает передавать ее государственным органам. Специальные службы и правоохранительные органы США имеют доступ к передовым инструментам мониторинга платформ социальных медиа и обмена собранной информацией о поведении пользователей без надзора и гарантий защиты индивидуальных прав. Специальные службы используют технологию израильской компании Cellebrite, которая позволяет извлекать информацию, хранящуюся в Интернете и на гаджетах пользователей. В мае 2023 года суд опубликовал заключение, признающее ненадлежащее, нарушающее закон о наблюдении за внешней разведкой (Foreign Intelligence Surveillance Act, FISA) массовое использование ФБР персональных данных пользователей цифровых коммуникаций [644].

Американские власти используют манипулятивную технологию стигматизации, маркируя источники новостной информации. С 2017 года Министерство юстиции США требует, чтобы информационные ресурсы в Интернете и социальных медиа, финансируемые зарубежными странами, регистрировались в соответствии с Законом о регистрации иностранных агентов (FARA). Американские власти мотивировали такое решение попытками внешнего вмешательства в политику США, оказываемое посредством социальных сетей на общественное мнение. В ноябре 2017 года Министерство юстиции США вынудило финансируемое Россией новостное издание RT, информационное агентство Sputnik зарегистрироваться в качестве иностранного агента [658]. Таким образом власти США маркируют неугодные иностранные СМИ, дискредитируя и ограничивая их профессиональную деятельность.

В США иностранные Интернет-ресурсы подвергаются жесткому контролю. Так, социальная сеть TikTok, принадлежащая китайской компании ByteDance, с аудиторией более 170 млн американских граждан испытывает ряд ограничений в деятельности. По соображениям национальной безопасности в 2019 году социальную сеть TikTok запретили военным на рабочих устройствах и рекомендовали удалить приложения на личных устройствах, а в 2023 году введен запрет на пользование социальной сетью государственными служащими. В августе 2020 года Д. Трамп подписал указ «О борьбе с угрозой TikTok», обвинив китайскую компанию в подрыве национальной безопасности США. Предлогом послужило блокирование социальной сетью TikTok контента, связанного с событиями 1989 года на площади Тяньаньмэнь, требованиями независимости Тибета и притеснениями мусульман-уйгуров. Власти США вынудили китайскую компанию выделить американский сегмент социальной сети, продать часть акций и передать в управление американским компаниям – разработчику программного обеспечения Oracle и ретейлеру Walmart [632]. В июне 2021 года президент Д. Байден отменил приказы бывшего президента Д. Трампа в августе 2020 года, которые фактически запретили бы WeChat, приложение для обмена сообщениями, и TikTok, платформу для коротких видео.

В начале 2023 года двухпартийная группа сенаторов представила на рассмотрение Закон об ограничении угроз безопасности информационно-коммуникационных технологий (Restrict Act), Закон о сдерживании технологических противников Америки (Data Act), Закон о предотвращении национальной угрозы Интернет-наблюдения, репрессивной цензуре и влиянии. Законопроекты позволяют «выявлять, ограничивать, запрещать, расследовать или иными способами смягчать риски национальной безопасности», создаваемые

технологическими продуктами «иностранных противников», в числе которых названы Китай, Россия, Иран, Северная Корея, Куба и Венесуэла. Законопроекты предусматривают ограничения на работу иностранных социальных сетей и цифровых сервисов на территории США, наделяя правом Министерство торговли их блокировать, признавая «потенциально опасными» [657]. В марте 2024 года Палата представителей Конгресса США приняла законопроект, принуждающий китайскую корпорацию ByteDance полностью отказаться от актива американского сегмента социального видеоприложения TikTok [618].

В марте 2023 года правительство США ввело запрет на использование иностранного программного обеспечения. Основанием стало опасение использования коммерческих шпионских программ против информационных систем, государственных учреждений и служащих США. Иностранные правительства и лица также использовали коммерческую шпионскую программу в ненадлежащих целях, таких как нацеливание и запугивание предполагаемых противников; сдерживание инакомыслия; ограничение свободы выражения мнений, мирных собраний или ассоциаций; обеспечение других нарушений прав человека или подавления гражданских свобод; и отслеживание или нацеливание на граждан США без надлежащего юридического разрешения, гарантий или надзора. Закон запрещает использовать иностранное программное обеспечение государственным департаментам и агентствам [643].

Законопроект об подотчетности Интернет-платформ и прозрачности для потребителей (Pact Act) требует от технологических кампаний обязательную публикацию своей политики, объясняющую типы контента, который разрешен на сервисе, и предоставление пользователям системы для подачи жалоб на контент, который может нарушать политику или включать в себя незаконный контент. Разработчики должны установить процесс удаления определенного контента, который нарушает их политику, и уведомить поставщика информационного контента об удалении, включая механизм обжалования удаления. Разработчики также должны публиковать отчет каждые шесть месяцев, в котором подробно описаны случаи, когда компания предприняла действия в отношении контента, включая удаление контента, деприоритизацию контента и приостановку учетных записей поставщиков контента. Законопроект снимает определенные меры защиты ответственности для поставщиков, если поставщик действительно знает о незаконном контенте на своем сервисе и не удаляет контент в течение указанных временных рамок.

Модерация контента, производимая поставщиками интерактивных компьютерных услуг, способствует формированию онлайн-информационной

экосистемы, влияющую на свободу выражения мнений. Поставщики интерактивных компьютерных услуг должны предоставлять общественности информацию о своей политике и практике модерации контента из-за влияния, которое эта политика может оказать на интересы потребителей. Поставщики интерактивных компьютерных услуг должны раскрыть методы модерации контента, включая удаление, поддержание, блокировку, усиление, приоритизацию или деприоритетизацию информации, предоставляемой другими потребителями. Федеральное правительство может привлекать к ответственности поставщиков интерактивных компьютерных услуг, если они не отвечают на опасения потребителей по поводу их решений по модерации контента. Политика США направлена на сохранение Интернета и других интерактивных услуг в качестве форумов для разнообразия политического дискурса, возможностей для культурного развития, а также мест для интеллектуальной и коммерческой деятельности. Законопроект предусматривает привлечение к ответственности поставщиков интерактивных компьютерных услуг и освобождение их от защиты иммунитета в соответствии с разделом 230 Закона о коммуникациях 1934 года (известный как раздел 230 Закона о порядочности коммуникаций 1996 года), когда они помогают разрабатывать незаконный контент или способствовать продвижению незаконному контенту в Интернете [650].

Для удержания своих доминирующих позиций в цифровом пространстве США сформировали коалицию стран, подписавших Декларацию о будущем Интернета, направленную на продвижение свободы, открытости, надежности и безопасности Интернета. Действительно, Интернет открыл возможности для общения людей всего мира и трансформации глобальной экономики, но одновременно сформировал политические проблемы растущего цифрового авторитаризма в целом ряде стран, подавляющих свободу мнений, подвергающие цензуре новостные сайты, обеспечивающие вмешательство в выборы, пропагандирующие дезинформацию и лишаящие людей гражданских прав. Для обеспечения цифрового доминирования власти США используют в публичном дискурсе нарративы защиты прав и свобод человека, свободного потока информации в глобальном Интернете, доступности связи, извлечения людьми выгоды из цифровой экономики, доверия к глобальной цифровой экосистеме. Декларация должна была утвердить «видение открытого, свободного, глобального, совместимого, надежного, безопасного Интернета и «обратить вспять негативные тенденции» развития цифровых коммуникаций.

Таким образом, США, как глобальный лидером в сфере цифровых технологий, создали модель регулирования цифровых коммуникаций, сочетающую принципы мировой экспансии, рыночного либерализма и государственного

вмешательства. Регулирование цифровых коммуникаций в США исторически развивалось в сочетании рыночной саморегуляции с государственным надзором. Однако с ростом информационного влияния «цифровых гигантов» и усилением политизации цифрового пространства традиционные подходы к развитию технологических компаний пересматриваются государством. С возрастанием монополизма технологических корпораций обостряются дебаты об ужесточении антитрестовского регулирования, усилением противоречий между декларацией о свободе слова и практикой модерации контента. Дальнейшее развитие цифровых коммуникаций требует пересмотра баланса между свободами рынка и общественными интересами. Однако в интересах США поддерживать развитие цифровых корпораций, обеспечивающих глобальное доминирование в пространстве цифровых коммуникаций.

Китайская Народная Республика. Китай является наглядным примером киберсуверенитета и построения собственного пространства цифровых коммуникаций, которые оказались способными составить конкуренцию в сфере информационных технологий корпорациям США. Это обстоятельство объясняет, почему общественная организация Freedom House, продвигающая интересы США, характеризует КНР как «худшего в мире злоумышленника свободы Интернета», отмечая установление жесткого режима контроля цифрового пространства. В стратегию достижения цифрового суверенитета КНР, ограничивающего внешнее информационное влияние, входило развитие своих Интернет-ресурсов и запрет иностранных Интернет-платформ. По решению руководства КНР были заблокированы глобальные поисковые системы – в 2012 году Google, а в 2018 году Yahoo. В 2018 году был закрыт доступ к дискуссионному форуму Reddit, в 2019 году – к электронной энциклопедии Википедии. Ряд сервисов Google, такие как Maps, Translate, Scholar, Analytics, Calendar, Docs и Drive оказались заблокированными. В последствии глобальные социальные медиа Facebook, Instagram, WhatsApp, YouTube, Twitter, Signal, Clubhouse, Snapchat. Pinterest и др., принадлежащие американским корпорациям, были заблокированы на территории материкового Китая. Для ужесточения ограничения доступа к заблокированным Интернет-ресурсам в 2017 году был введен запрет использовать нелицензионный VPN.

Закон КНР о борьбе с терроризмом, принятый в 2015 году, установил требование к компаниям в сфере информационных технологий предоставлять технические средства, включая расшифровку данных, для расследования преступлений. Компаниям было предписано предотвращать распространение контента террористического и экстремистского содержания [13]. Мотивируя борьбой с терроризмом обновленные правила САС, выпущенные в 2016 году,

обязали китайских создателей цифровых платформ и приложений регистрировать пользователей и вести журналы их активности в течение 60 дней. Интернет-провайдеры обязаны хранить информацию о действиях пользователей в течение 60 дней и представлять ее властям по запросу.

Отношения в цифровом пространстве КНР регулирует Закон о кибербезопасности, принятый в 2017 году. Закон официально был направлен на обеспечение сетевой безопасности, защиты государственного суверенитета и национальной безопасности в киберпространстве. Основопологающим принципом госполитики является сохранение суверенитета в киберпространстве, который является естественным расширением и проявлением национального суверенитета. Сеть определяется законом как система, состоящая из компьютеров, терминалов и оборудования, для сбора, хранения, передачи, обмена и обработки информации. Согласно Закону, государство принимает меры по мониторингу и борьбе с рисками и угрозами сетевой безопасности внутри и за пределами КНР для защиты информационной инфраструктуры от вторжений и уничтожения. Государство декларирует необходимость честного, здорового и цивилизованного сетевого поведения, способствующего распространению социалистических ценностей. Координировать работу по сетевой безопасности, надзору и управлению уполномочен государственный департамент сетевой информации. Закон обязывает сетевых операторов помимо соблюдения закона нести социальную ответственность, работать в соответствии с этическими нормами, обеспечивать безопасность правительства и общества.

Государство обеспечивает безопасность и удобство сетевых услуг для общества, а также «упорядоченный и свободный поток сетевой информации». Согласно этому принципу, любое лицо или организация, использующая Интернет, должны соблюдать Конституцию и законы КНР, общественный порядок, уважать социальную мораль и не создавать угрозы национальной безопасности, подстрекая к подрыву государственной власти, расколу национального единства страны, свержению социалистической системы и террористическим действиям. Закон запрещает экстремистские проявления, пропаганду этнической дискриминации и ненависти, распространение насилия, непристойной и порнографической информации, фабрикацию и распространение ложной информации, нарушение репутации, конфиденциальности информации, прав интеллектуальной собственности и иных законных прав и интересов других лиц».

Государство устанавливает систему стандартов сетевой безопасности. Законом предусмотрено обязательное согласие пользователя на сбор и использование личной информации, которая ограничивается в распространении и не

может быть никем без соблюдения установленных правил приобретена, продана или передана иным лицам. Операторы, предоставляя доступ к цифровым услугам, должны произвести проверку (аутентификацию) персональных данных пользователя. Причем пользователь при регистрации обязан предоставить реальную идентификационную информацию. Государство продвигает стратегию доверенной сетевой идентификации, поддерживая технологии электронной аутентификации пользователей посредством распознавания различных удостоверений личности. Личная информация и важные данные, собранные и генерируемые операторами ключевой информационной инфраструктуры, должны храниться на территории КНР в строгой конфиденциальности.

Коммунистическая партия Китая (КПК) осуществляет надзор за содержанием информации прессы, радио, телевидения, кино, онлайн-видео и потоковых сервисов. Агентства, занимающиеся регулированием СМИ, включая онлайн-контент, непосредственно подчинены Центральному департаменту пропаганды КПК, только некоторые из них должны отчитываться перед Государственным советом. Сектор телекоммуникаций и Интернет-контент контролируют Центральная комиссия по вопросам киберпространства КПК (далее – ССАС) и Комиссия по вопросам киберпространства (далее – САС). На рынках услуг мобильной связи и широкополосного Интернета доминируют государственные компании China Mobile, China Telecom и China Unicom. В ноябре 2021 года NRTA выпустила пятилетний план, определяющий новые правила, предназначенные для регулирования контента на платформах прямой трансляции и коротких видео, включая механизм порицания производителей «токсичной культуры». В июне 2022 года NRTA и Министерство культуры совместно выпустили новый кодекс поведения для стримеров в прямом эфире, подкастеров и других производителей онлайн-контента. Любой контент, «ослабляющий, искажающий или отрицающий руководство КПК», подвергается запрету [636].

Китайские пользователи получают открытый доступ к внутренним высокоскоростным Интернет-сервисам, которые не вызывают подозрения ответственных органов власти. Для внешних ресурсов скорость соединения замедляется устройствами блокировки и фильтрации контента в процессе трансграничного трафика. Власти КНР контролируют подключение к глобальному Интернету, ограничивая доступ к контенту, размещенному на серверах за пределами страны. Все поставщики цифровых услуг должны взаимодействовать с операторами шлюзов, которые контролируются Министерством промышленности и информационных технологий (МИИТ). Созданная система фильтрации контента цифрового пространства коммуникаций, получившая неофициальное название

«Великий брандмауэр», позволяет управлять информационными потоками, убирая из цифрового пространства коммуникаций негативный контент. Технологическую систему фильтрации дополняет ранее внедренный сервис «Золотой щит», блокирующий автоматически VPN, и новый сервис AI-модерации, распознающий «вредный контент».

Правительство КНР требует от технологических компаний отслеживать и удалять запрещенный контент и учетные записи на сайтах и социальных медиа под угрозой наказания за несоблюдение установленных правил. САС предписал технологическим компаниям, Интернет-провайдерам отслеживать сообщения в социальных сетях перед их публикацией и убирать «незаконный и вредный» контент. Распространение контента, содержащего критику государственной политики или ряда событий, подлежит блокировке. Пресекаемые темы касаются новостей и комментариев, содержащих критику Коммунистической партии Китая (КПК), должностных лиц государства, а также контент, влияющий негативно на здоровье, безопасность и общество. Под запрет попадают информационные сообщения, связанные с событиями на площади Тяньаньмэнь 4 июня 1989 года, инсинуации с положением этнических меньшинств в автономных районах Синьцзяна и Тибета. САС регулярно проводит публичные кампании по «чистке и искоренению» в Интернет-пространстве, выявляя ежегодно миллионы провокационных сообщений и закрывая несколько тысяч неблагонадежных сайтов.

В соответствии с правилами САС, вступившими в силу в марте 2022 года, поставщики услуг рекомендательных алгоритмов должны придерживаться ценностной ориентации, активно распространять положительную энергию. Поставщики услуг рекомендательных алгоритмов не должны использовать их для участия в запрещенной деятельности, создающей угрозы национальной безопасности и социальным общественным интересам. Поставщики услуг обязаны предотвращать и противостоять распространению плохой информации. Правилами устанавливаются требования к прозрачности деятельности компаний, применяющим рекомендательные алгоритмы, а также право самим пользователям решать включать опции автоматизированной системы рекомендаций по релевантному контенту [16]. Операторам предписано блокировать доступ к сервису ChatGPT и информировать власти о своих планах по разработке чат-ботов на основе искусственного интеллекта. Между тем, согласно отчету, опубликованному в декабре 2020 года, власти запустили производство автоматизированных онлайн-комментариев, наводнивших платформы социальных сетей позитивными провластными постами [629].

Согласно законам КНР, распространение «онлайн-слухов», ложного контента, которые приводят к диффамации, оказывает «серьезный вред» общественному порядку или государственным интересам, влечет уголовное наказание. Онлайн-сообщения, провоцирующие беспорядки и протесты, также подлежат уголовной ответственности. Антигосударственная «подрывная и сепаратистская деятельность», осуществляемая посредством онлайн-коммуникаций, влечет пожизненное заключение. Согласно поправкам 2021 года к Уголовному кодексу, «оскорбление, клевета, посягательство на репутацию и честь героев и мучеников», распространение порочащей представителей вооруженных сил информации влечет уголовное наказание [15].

Запрет на анонимность пользователей в Интернете в КНР введен в 2012 году. Согласно принятым нормативно-правовым актам о защите информации поставщики сетевых услуг при регистрации пользователей должны требовать предоставления реальных сведений для идентификации личности [17]. В декабре 2019 года вступили в силу правила, которые требуют, чтобы пользователи сканировали свои лица при регистрации на мобильные услуги. Все онлайн-геймеры также должны регистрироваться, используя свое имя и номер телефона. В июне 2020 года регистрация настоящего имени для онлайн-платформ стала обязательной [639]. В январе 2022 года САС выпустил проект руководящих принципов, которые распространяют требования к регистрации реальных имен на компании, предоставляющие услуги по манипулированию изображениями на основе машинного обучения, широко известные как дипфейки [638].

В ноябре 2022 года регулятор телекоммуникаций Управление киберпространства КНР (САС) потребовало от операторов социальных медиа регистрировать пользователей только под их реальными именами. В декабре 2022 года САС выпустил правила, требующие от Интернет-провайдеров прекратить обслуживание для всех, кто не аутентифицировал свою реальную личность. САС исходит из того, что размещение комментариев на сайтах влияет на общественное мнение и способно мобилизовать общественность. Поставщики услуг по публикации комментариев обязаны проводить проверки учетных записей пользователей с помощью номера мобильного телефона, идентификационного номера или единого кода социального кредита. Поставщики услуг должны создать иерархическую систему управления пользователями, проводя оценку поведения и комментариев пользователей, определить объем и функции услуг в соответствии с кредитным рейтингом. Операторы должны вносить в черный список недобросовестных пользователей и прекращать предоставлять услуги наиболее злостным нарушителям правил, запрещая им перерегистрироваться [14].

Надзорные органы КНР принудили американскую корпорацию Apple удалять или ограничивать доступ в магазине приложений, в т. ч. VPN-сервисов, на своей платформе, блокировать запрещенные сайты при использовании браузера Safari. На территории КНР недоступно более четверти (28%) приложений на App Store [637]. В июне 2021 года Apple объявила, что не будет внедрять свою новую меру конфиденциальности Private Relay в Китае. В ноябре 2022 года Apple ограничила использование в Китае AirDrop, функции обмена файлами на iPhone. Запрет использования иностранных коммуникационных платформ обеспечили экспоненциальный рост национальных китайских сервисов обмена сообщениями WeChat и платформы микроблогов Sina Weibo, которые соответствуют строгим требованиям правительства.

В целом китайская модель регулирования цифровых коммуникаций представляет собой синтез технологического прогресса и всеобъемлющего государственного контроля, позволившего создать конкурирующую с США растущую высокими темпами экономику и сохранить устойчивость политической системы. Китайская модель регулирования основана на принципах абсолютного приоритета национальной безопасности и государственных интересов, сотрудничества государства и технологических корпораций, служения государству и общественного доверия в рамках цифровой системы социального кредита. В китайской модели цифрового регулирования технологическое развитие не только совместимо с политическим контролем, но и значительно усиливает возможности управления государством общественными процессами. Перспективы модели зависят от способности сохранять конкурентоспособность технологий, балансировать между контролем и инновациями, противостоять внешнему давлению.

Российская Федерация. В России специальный федеральный закон провозглашает свободу распространения информации, исходя из конституционных положений. Закон регулирует отношения: по поиску, получению, передаче, производству и распространению информации; применению информационных технологий; обеспечению защиты информации. Закон устанавливает принципы свободы поиска, получения, передачи, производства и распространения информации и ее ограничение только федеральными законами для защиты конституционного строя, государственной тайны, нравственных ценностей, здоровья, прав и законных интересов граждан, обеспечения безопасности государства, конфиденциальности и достоверности информации, неприкосновенности частной жизни [2]. Дополнения от 13.07.2015 № 264-ФЗ в федеральный закон об информации установили обязанности

оператора поисковой системы в Интернете прекращать выдачу недостоверной информации по требованию заявителя.

Согласно дополнениям от 06.07.2016 № 374-ФЗ в федеральный закон, получившем в публичном дискурсе название «пакет Яровой», операторы Интернета обязаны на российской территории хранить сведения о приеме, передаче, доставке, обработке голосовой информации, текстах, изображениях, аудио- и видеосообщений пользователей в течение одного года, а сами материалы до шести месяцев с момента появления [3]. Организаторы распространения информации в Интернете должны предоставлять сведения государственным органам, ведущим оперативно-розыскные работы и обеспечивающим безопасность страны. При кодировании электронных сообщений операторы обязаны представлять уполномоченному органу безопасности информацию по декодированию. Закон ужесточил наказание за экстремистские и террористические действия. Оправдание терроризма в виде сообщений в Интернете и социальных медиа стало приравниваться к публичным заявлениям в СМИ. В 2016 году социальная сеть LinkedIn стала первой крупной международной платформой, заблокированной в России за несоблюдение законных требований локализации данных.

Владельцы мессенджера Telegram отказались выполнять законы «пакета Яровой» в части обязательной регистрации в официальном реестре распространителей информации Роскомнадзора, идентификации пользователей и хранения их сообщений на российской территории, а также передачи кодов шифрования спецслужбам. В июне 2017 года основатель компании Telegram Messenger LLP П. Дуров согласился войти в реестр Роскомнадзора, но отказался передавать ключи шифрования для получения доступа ФСБ к сообщениям пользователей несмотря на запрос о идущем расследовании теракта 3 апреля 2017 года в метрополитене Санкт-Петербурга. В октябре 2017 года на основании иска ФСБ к руководству мессенджера было вынесено судебное решение о выплате компанией штрафа за административное правонарушение. Компания в декабре 2017 года обратилась в Верховный суд России с ответным иском к ФСБ о неправомерных требованиях предоставить ключи декодирования информации пользователей. В марте 2018 года Верховный суд России отклонил иск и обязал передать ключи шифрования ФСБ [612]. По истечении отведенного времени Таганский суд Москвы удовлетворил иск Роскомнадзора о блокировке мессенджера Telegram, вновь обязав управляющую компанию предоставить ФСБ ключи шифрования [11].

В апреле 2018 года по предписанию Роскомнадзора операторы связи стали блокировать IP-адреса сервиса, однако полностью закрыть доступ из-за

рассредоточения подсетей мессенджера и использования способов обхода так и не удалось. Большинство российских подписчиков мессенджера Telegram продолжали им пользоваться. Согласно официальной государственной позиции, мессенджер Telegram в России оказался «заблокирован, но не запрещен». Понимая политические издержки и техническую сложность закрытия доступа к социальной сети, власти пошли на частичную разблокировку мессенджера Telegram. В апреле 2020 года депутаты Государственной Думы РФ выступили с инициативой разблокировать Telegram, так как мессенджер используется органами власти для распространения официальной информации о коронавирусе среди пользователей. К тому же «дальнейшая декларативная блокировка мессенджера наносит урон не его развитию, а престижу государственной власти» [633]. В июне 2020 года стороны фактически пришли к согласию о снятии ограничений, мотивируя решение следованием интересам пользователей, инновационному развитию и национальной безопасности, а также пресечением призывов к насилию и борьбой с террористической угрозой.

Дополнения от 01.05.2019 № 90-ФЗ в федеральный закон, названные в публичном дискурсе *«законом о суверенном Интернете»*, установили правила функционирования на территории России информационно-телекоммуникационных сетей, включая Интернет, в условиях возникновения угроз устойчивости и безопасности [4]. Федеральная служба по надзору за связью, информационными технологиями и средствами массовой информации (Роскомнадзор) стал регулятором цифровых коммуникаций. Операторы связи, обеспечивающие доступ к Интернету, обязывались обеспечивать установку технических средств противодействия угрозам под контролем Роскомнадзора, уполномоченного органа исполнительной власти. В качестве мер принуждения к социальным сетям Роскомнадзор стал использовать технические возможности блокировки и удаления запрещенного контента, замедления трафика ресурса, а также способ наложения финансовых штрафов. Роскомнадзор был уполномочен проводить мониторинг функционирования сетей Интернета и общего пользования. В ситуации угроз безопасности, устойчивости и целостности сетям Интернет и общего пользования Роскомнадзор получил право осуществлять централизованное управление над цифровым пространством коммуникаций [4].

Федеральный закон от 01.07.2021 № 236-ФЗ обязывает иностранное лицо, ведущее деятельность в Интернете на территории России, создать либо филиал, либо представительство, либо российское юридическое лицо, чтобы обеспечить прием и рассмотрение обращений граждан, организаций, требований органов власти, ограничивать доступ к запрещенной информации. Для обеспечения российских правовых норм в отношении иностранных Интернет-компаний могут быть приняты

меры принуждения, такие как информирование пользователей о нарушениях, запрет на размещение рекламы, поисковую выдачу информации, на сбор и передачу персональных данных, ограничение доступа, денежных переводов [7]. Дополнения от 01.07.2021 № 261-ФЗ обязали видеохостинги транслировать в Интернете общероссийские телеканалы. Закон установил право Роскомнадзора требовать от владельцев аудиовизуального сервиса устранять нарушений законодательства.

Дополнения от 05.12.2022 № 478-ФЗ дали широкое определение социальной сети как сайта, информационной системы, электронной программы, которые используются для распространения информации посредством созданных персональных страниц, позволяющих распространять рекламу для привлечения потребителей, с аудиторией на территории России более пятисот тысяч посетителей в сутки. Роскомнадзор был уполномочен вести мониторинг информационных ресурсов и реестр социальных сетей. Включение информационного ресурса в реестр социальных сетей обязывает владельца обеспечить в течение двух месяцев соответствие установленным правилам. Снижение количества пользователей социальной сети на протяжении трех месяцев в течение суток до менее пятисот тысяч создает основание для владельца подать заявление об исключении из реестра. Также социальная сеть может быть исключена из соответствующего реестра без заявления владельца при условии снижения аудитории в течение суток менее пятисот тысяч пользователей [5].

Закон обязал владельцев социальных сетей не разглашать государственную тайну, не распространять призывы к террористическим и экстремистским действиям, материалы, пропагандирующие порнографию, насилие и содержащие нецензурную лексику. Закон обязывает пресекать распространение негативной информации, порочащей достоинство гражданина и деловую репутацию организации, социальные группы по гендерным, возрастным, национальным, расовым, религиозным, профессиональным и политическим признакам. Закон также запрещает распространение информации об изготовлении и использовании наркотических и психотропных веществ, о продаже алкогольной продукции, информации, подталкивающей к суициду, вовлекающей в азартные игры, склоняющей несовершеннолетних к противоправным действиям, оскорбляющей достоинство человека и нравственные ценности, демонстрирующей неуважение к обществу, государству, официальным символам, Конституции России и органам государственной власти. Закон пресекает призывы к массовым беспорядкам, участию в несогласованных публичных акциях, распространение недостоверной общественно значимой информации, которая угрожает причинением вреда жизни, здоровью и имуществу граждан, общественной безопасности, функционирования

объектов жизнеобеспечения и социальной инфраструктуры, промышленности, энергетики, транспорта и связи. Закон запрещает распространение информационных материалов иностранных организаций, признанных нежелательными в России. Под запрет попал контент, пропагандирующий нетрадиционные сексуальные отношения, трансгендерные предпочтения и педофилию. В случае выявления при осуществлении мониторинга социальной сети запрещенной информации владелец обязан незамедлительно принять меры по ограничению доступа к контенту [5].

Согласно дополнению от 29.07.2017 № 241-ФЗ, организатор распространения информации в Интернете обязан осуществлять идентификацию пользователей и хранить сведения об абонентском номере связи пользователя сервиса обмена мгновенными сообщениями. Дополнения в закон от 31.07.2023 № 406-ФЗ ужесточили требование, обязав операторов информационных систем обеспечить авторизацию пользователей сайтов. Провайдеры хостинга должны уведомлять Роскомнадзор о предоставлении возможностей по распространению информации в Интернете. Провайдер хостинга обязан взаимодействовать с федеральными органами, ведущими оперативно-розыскную деятельность и обеспечивающими государственную безопасность. Провайдер хостинга также обязан предоставлять вычислительные мощности для распространения информации в Интернете при условии прохождения лицами идентификации и (или) аутентификации получателей услуг. Сведения о провайдерах хостинга включаются в единый реестр, внесение в который открывает возможность предоставления вычислительной мощности для размещения информации в Интернете [6].

Дополнения в федеральный закон установили особые требования к агрегаторам новостной информации в Интернете, аудитория которых составляет более одного миллиона пользователей. Закон обязывает агрегаторов новостей проверять достоверность общественно значимой информации, запрещает фальсифицировать сведения для распространения под видом достоверных сообщений. Агрегатор должен хранить в течение шести месяцев распространенную информацию и сведения об ее источнике, обеспечивая доступ и ведение мониторинга ресурсов профильного федерального органа власти. Владелец агрегатора новостной информации может выступать российский гражданин или юридическое лицо. Дополнения от 31.07.2023 № 408-ФЗ в федеральный закон урегулировали предоставление информации в Интернете с применением рекомендательных технологий. Владелец Интернет-ресурсов запретили предоставлять информацию с применением рекомендательных технологий без уведомления пользователей о правилах их применения, описывающих процессы и методы сбора, систематизации и анализа сведений.

В феврале 2020 года на основании судебного решения социальная сеть Twitter была оштрафована на 4 млн рублей за отказ локализовать серверы с персональными данными российских пользователей на российской территории. В марте 2021 года Роскомнадзор впервые принял решение замедлить скорость трафика платформы социальной сети на территории России операторами мобильной и фиксированной связи за игнорирование запросов на удаление сообщений, провоцирующих самоубийства несовершеннолетних, показывающих детскую порнографию и вовлекающих в употребление наркотиков. По решению суда компания Twitter получила три штрафа на сумму 9 млн рублей за отказ удалять сообщения, призывающие несовершеннолетним участвовать в несанкционированных акциях протеста и удалять противоправную информацию. В мае 2021 года Роскомнадзор, отметив готовность компании взаимодействовать при модерации контента, на основании удаления 91% запрещенных материалов принял решение снять основные ограничения доступа к социальной сети Twitter, оставив замедление трафика на мобильных устройствах. Роскомнадзор требовал от социальной сети удалить более 4 тыс. запрещенных материалов, демонстрирующих детскую порнографию, потребление наркотиков, суицидальное поведение [616].

В марте 2022 года российским судом было принято знаковое решение о запрете деятельности социальных сетей Facebook и Instagram американской холдинговой компании Meta Platforms Inc. на территории России. Основанием судебного решения стало осуществление экстремистской деятельности, направленной против российских интересов и на создание угрозы безопасности государства. Социальные сети распространяли нацистскую символику и атрибутику, видеоматериалы приверженцев религиозного экстремизма, публикации с призывами к участию в несогласованных акциях и массовых беспорядках, материалы с призывами к совершению убийств в отношении российских граждан и военнослужащих, недостоверную информацию о проведении специальной военной операции на Украине. Компания Meta отменила в своих социальных сетях запрет на размещение сообщений с призывами к насилию в отношении российских граждан. Суд установил, что компания Meta Platforms Inc. под видом коммерческой деятельности социальных сетей Facebook и Instagram распространяла на территории Российской Федерации информационные материалы, нарушающие права граждан и угрожающие конституционному строю. На основании признания деятельности компании Meta экстремистской Суд решил запретить социальные сети Facebook и Instagram на территории Российской Федерации. При этом решение суда не было распространено на платформу компании Meta мессенджер WhatsApp из-за отсутствия возможности публично распространять информацию [12].

В отношении популярного видеохостинга YouTube, принадлежащей американской компании Alphabet, российские власти действовали несколько иначе, принуждая к выполнению законных требований. Отсутствие аналогичного работающего Интернет-ресурса с обширным контентом сдержало власти от принятия решения в интересах безопасности закрыть доступ к социальному видеохостингу. В 2021 году Google стала первой Интернет-компанией, на которую был наложен оборотный штраф на 7,2 млрд рублей за невыполнение предписания удалить запрещенный контент на платформе YouTube. По решению Таганского суда Москвы, признавшего законность решения, штраф был взыскан в принудительном порядке в мае 2022 года. После чего дочерняя компания ООО «Гугл» обратилась в Арбитражный суд Москвы с иском о признании банкротом.

Однако в июле 2022 года Таганский районный суд вынес в отношении компании Google решение взыскать еще штраф на 21,7 млрд рублей за повторный отказ удалить запрещенный контент. В октябре 2023 года суд удовлетворил иск о банкротстве, введя конкурсное производство на полгода [649]. В декабре 2023 года Таганский суд Москвы вынес решение наложить на компанию Гугл ЛЛС (Google LLC) третий оборотный штраф на сумму 4,6 млрд рублей за систематическое нарушение требований об удалении запрещенного в России контента на платформе YouTube, вовлекающего несовершеннолетних в совершение экстремистских действий, пропагандирующего нетрадиционные сексуальные отношения, нарушающего положения о территориальной целостности, распространяющего недостоверные сведения о проведении специальной военной операции на Украине и др. [619].

Роскомнадзор также наложил штрафы на платформу обмена видео TikTok. В марте 2022 года TikTok запретил пользователям в России транслировать в прямом эфире и загружать новые видео из-за закона, который криминализировал распространение фейковых новостей. В апреле 2022 года компания также была оштрафована на 2 млн рублей за неспособность удалить контент, продвигающий «гомосексуальные отношения». В октябре 2022 года платформа была оштрафована за отказ удалять контент, пропагандирующий ЛГБТ-отношения в обществе.

Примечание – Здесь и далее движение ЛГБТ признано экстремистским и запрещено на территории Российской Федерации.

После начала специальной военной операции на Украине в конце февраля 2022 года на основании закона были заблокированы информационные сайты иностранных агентов, русскоязычные веб-сайты западных новостных медиакомпаний, украинские информационные Интернет-каналы, ресурсы американских НКО, имитирующих правозащитную деятельность. В конце марта

2022 года правительство заблокировало Google News после того, как Google объявил, что больше не позволит пользователям монетизировать контент, который «эксплуатирует, отвергает или оправдывает вторжение», хотя доступ был позже восстановлен. В декабре 2022 года на основании закона, запрещающего ЛГБТ+ пропаганду в России, был закрыт доступ для российской аудитории к Интернет-ресурсам соответствующей тематики. Вместе с тем блокировка Интернет-ресурсов оказалась ограниченной, так как при желании пользователи могли получить доступ к ним через виртуальную частную сеть (VPN).

В апреле 2023 года депутаты Государственной Думы РФ, представляющие все пять фракций Госдумы РФ, по инициативе партии «Новые люди» выступили с обращением к генпрокурору России для разблокировки доступа к социальной сети Twitter в России. Основанием обращения послужили изменения информационной политики компании со сменой владельца социальной сети, которым стал американский предприниматель, основатель компании SpaceX И. Маск. Новый собственник заявил о приверженности политической нейтральности для формирования общественного доверия, отказался удалять твиты известных американских и российских политиков, убирать пометку о финансировании аккаунта британской телерадиокомпании BBC государством, инициировал чистку сети от ботов, манипулирующих общественным мнением. Депутаты предложили использовать социальную сеть Twitter для продвижения позиции России на мировую аудиторию [631]. По данным Роскомнадзора в начале 2024 года, в официальный Реестр социальных сетей было внесено 15 ресурсов, в числе которых ВКонтакте, Одноклассники, Twitter, TikTok, Likee, YouTube, Telegram, LiveJournal, Пикабу, Pinterest, Дзен, RuTube, Twitch, Discord и Yappy [623].

В целом институциональная архитектура российского цифрового регулирования продемонстрировало эволюцию от «либерального интернета» нулевых годов к концепции «суверенного Интернета». В условиях глобальной цифровой трансформации Россия формирует модель регулирования цифровых коммуникаций, сочетающую элементы технологического протекционизма, политико-правового контроля и экономического стимулирования национальных технологических решений. Ситуация международной напряженности и внешнее информационное давление способствовали политизации пространства цифровых коммуникаций, превращению социальных медиа в поле информационных войн. Современная российская модель «цифрового этатизма» формируется в качестве новой парадигмы Интернет-политики в условиях беспрецедентного санкционного давления при ограниченном доступе к иностранным цифровым технологиям.

Нынешняя российская система регулирования цифровых коммуникаций сближается с китайской моделью «киберсуверенитета», но сохраняет важные отличия.

Таблица 19 — Характеристика систем регулирования социальных медиа

Критерии сравнения	США	КНР	РФ
Система	манипулятивная	административная	ситуативная
Цифровая политика	экспансионистская	изоляционистская	автономная
Цифровой суверенитет	глобальный	полный	ограниченный
Контроль государства	скрытый	директивный	оперативный
Генерация потоков	алгоритмическая	идеологическая	стихийная
Фильтрация контента	редакционная	сплошная	избирательная
Аутентификация пользователей	формальная	обязательная	добровольная
Цели платформ	извлечение прибыли	социальный контроль	привлечение аудитории

Источник: составлено автором.

В заключении *параграфа 3.2* следует отметить, что рассмотрение трех национальных кейсов выявляет целый ряд особенностей регулирования социальных сетей цифровых коммуникаций. На основании характерных отличий политики государства, положения пользователей и управления информацией складывается представление об образованных цифровых системах, представленное в таблице 19. В США сформировалась манипулятивная система регулирования цифрового пространства, которую отличают политика глобальной экспансии распространения влияния на другие страны, тайный контроль спецслужб государства за действиями пользователей, алгоритмическая настройка информационных потоков, редакционная цензура в интересах истеблишмента и превращение больших данных о поведении пользователей в товар. В КНР образовалась административная система регулирования цифрового пространства, которая изначально была настроена на блокирование внешнего информационного влияния, создание собственных Интернет-ресурсов, директивные предписания компаниям, продвижение идейного и пресечение «вредного» контента, верификацию пользователей и укрепление социального контроля. В настоящее время в России сложилась ситуативная система регулирования цифрового пространства. Данное пространство изначально характеризовалось максимальной открытостью, а государственное регулирование формировалась в оперативном режиме на основании возникающих внешних вызовов в направлении установления цифрового суверенитета.

3.2 Политическое структурирование российского пространства социальных медиа

В параграфе представлены результаты социологического исследования политической мобилизации в российском Интернет-пространстве. Ключевая задача анализа полученных данных состоит в определении структуры политической мобилизации пользователей социальных сетей на основании индикаторов общественной активности и политических предпочтений. Рассмотрение современной российской практики объединения усилий граждан для решения общественных задач в онлайн-пространстве позволяет дифференцировать интенсивность взаимодействия и формы участия, определив модели политического поведения пользователей социальных сетей. В соответствии с конструктивистским подходом для анализа поведения используется метафора «политического театра», в котором пользователи исполняют избранные роли.

Тренды общественной активности

По данным мониторинга ВЦИОМ, динамика общественного участия, подразделяемого на социальные и политические действия, за продолжительный период 2004–2021 годов выглядит неоднозначной. Значительные стохастические колебания показывают подверженность общественной активности влиянию множества факторов. В 2004 году отмечается наиболее высокий уровень (67%) общественной активности, который был достигнут, прежде всего, благодаря скачку электорального участия на выборах Президента РФ. В 2011 году напротив фиксируется самый низкий уровень (38%) активности граждан, который может служить индикатором пессимистичных настроений в обществе в условиях смены периода роста благосостояния периодом экономической стагнации.

В 2021 году произошло восстановление уровня общественной активности до средних значений (55%), который был обеспечен посредством повышения интенсивности социального взаимодействия граждан в части благоустройства жилищ, помощи нуждающимся и социальной самоорганизации в условиях пандемии коронавируса. Примечательно, что в этом году в общественной активности стали преобладать социальные действия, тогда как в предыдущие годы мониторингового наблюдения превалировали политические действия. Количественные сведения, указывающие на динамику общественной активности, представлены в следующей таблице 20.

Таблица 20 — Динамика социального и политического участия российских граждан («Лично Вам приходилось за последний год участвовать в социальной и политической жизни?») В процентах

Варианты ответа	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2011 г.	2021 г.
<i>Социальные действия</i>	34	21	18	44	31	16	62
Участвовал в коллективном благоустройстве подъездов, домов и др.	15	9	9	15	15	8	24
Собирал средства, вещи для людей, попавших в тяжелое положение	9	5	4	10	9	4	20
Участвовал в деятельности профсоюзных организаций	4	3	1	10	2	1	4
Участвовал в работе домового комитета, местном общественном самоуправлении	2	1	2	4	2	2	7
Участвовал в деятельности общественных организаций	2	2	1	4	2	1	4
Участвовал в деятельности религиозной общины, церковного прихода	2	1	1	1	1	0	3
<i>Политические действия</i>	76	57	45	67	51	31	42
Участвовал в выборах в органы власти различного уровня	55	44	32	43	40	27	22
Участвовал в проведении избирательной кампании	8	5	5	10	4	2	6
Участвовал в митингах, демонстрациях, пикетах	5	3	4	7	2	1	3
Подписывал коллективные обращения, петиции	4	3	2	3	3	1	8
Участвовал в деятельности политических партий	2	1	1	2	1	0	2
Участвовал в забастовках	2	1	1	2	1	0	1
Другое	1	1	1	1	0	1	6
Нет, ни в чем подобном участвовать не приходилось	32	47	52	39	45	61	45
Затрудняюсь ответить	1	3	1	2	2	1	1
<i>Общественная активность</i>	67	50	47	59	53	38	54
<i>Общественная пассивность</i>	33	50	53	41	47	62	46

Источник: составлено автором по данным ВЦИОМ [603].

За весь период социологического мониторинга общественной активности ВЦИОМ средний уровень общественного участия составил немногим более половины (52%), а в исследуемый период, учитывая данные 2011-2021 годов, менее половины (46%). Соответственно доля пассивных граждан в зависимости от общественных настроений изменялась в диапазоне от трети (33%) до абсолютного большинства (62%). Если в 2011 году ведущей причиной общественной пассивности было отсутствие интереса и представление о невозможности повлиять на ситуацию, то в 2021 году основной причиной стало отсутствие времени и установка на необходимую политическую компетентность для решения государственных задач и социальных проблем. За этот период резко увеличилось число тех, кто доверяет решение проблем президенту и тех, кто не видит стоящих политических лидеров. Таким образом, мотивы общественной пассивности также оказываются весьма подвижными, что обуславливается изменениями политической ситуации и социальных условий, создающие контекст индивидуальных и совместных действий.

Общие распределения по причинам общественной пассивности российских граждан представлены в следующей таблице 21.

Таблица 21 — Причины общественной пассивности российских граждан («Почему Вы не принимали участия в социальной и политической жизни?»)

Варианты ответа	В процентах		
	2007 г.	2011 г.	2021 г.
Мое участие ничего не изменит	29	25	16
Политикой должны заниматься профессионалы	27	19	20
Мне это не интересно	20	36	15
У меня нет на это времени	18	18	28
Я доверяю президенту, считаю, он решит все проблемы в стране	10	4	19
Я не вижу лидеров, за которыми можно было бы пойти	7	5	13
Нет общественных организаций и политических партий, которым можно было бы доверять и хотелось бы участвовать в их работе	6	7	10
В политике приличным людям делать нечего	6	2	1
Другое	2	5	11

Источник: составлено автором по данным ВЦИОМ [603].

Через массовых акций протеста в России в начале десятых годов подстегнула научный интерес к исследованию политической мобилизации посредством Интернета, который стал определяться как важнейший фактор организации совместных действий. Однако, согласно социологическим данным ФОМ, представленным в таблице 22, общественная активность российских граждан в онлайн-пространстве была тогда на низком уровне, при этом число пользователей Интернета составляло уже более половины (54%) населения. Среди пользователей социальных сетей общественное участие сводилось, прежде всего, к формам активности, не требующим значительных усилий, таких как выражение своего мнения в комментариях на площадках социальных сетей, блогов и информационных сайтов (6%) и просмотр информации на сайтах политических партий (5%). Только малая доля (4%) Интернет-пользователей вкладывалась в общественную активность, оказывая денежную помощь нуждающимся людям. Лишь незначительные доли граждан целенаправленно продвигали информацию о социальных проблемах (2%) и подписывали политические петиции (2%). По социологическим данным, участие граждан в сообществах социальных сетей и общественных организаций оказалось на крайне низком уровне [626]. Таким образом, можно констатировать, что в начале исследуемого периода онлайн-пространство не было средой аккумуляции социального недовольства, а также ключевым средством и ресурсом политической мобилизации участников протестных действий в России.

Таблица 22 — Общественная активность российских граждан в Интернете («Что из перечисленного Вам приходилось делать в Интернете за последние полгода-год?»)

В процентах

Варианты ответа	Все	Интернет-пользователи	Пол		Возраст			
			мужской	женский	18–30 лет	31–45 лет	46–60 лет	60+ лет
Высказываться по общественным и политическим проблемам в блогах, социальных сетях, на новостных сайтах	3	6	4	3	7	3	3	0
Посещать сайты партий, общественных организаций, политических лидеров	3	5	4	2	5	3	3	0
Жертвовать деньги в благотворительные фонды, нуждающимся людям	2	4	3	2	4	3	2	0
Размещать на централизованных сервисах информацию о местных проблемах	1	2	1	1	2	1	1	0
Участвовать в Интернет-голосованиях по политическим вопросам	1	2	2	1	3	1	1	0
Вступать в группы политических партий / лидеров в социальных сетях	0	1	0	0	1	0	0	0
Вступать в группы общественных организаций, инициатив по решению социальных проблем и помощи нуждающимся в социальных сетях	0	1	0	0	1	0	0	0
Подписывать петиции, законопроекты, обращения в Интернете	0	1	1	0	1	0	1	0
Участвовать в общественной экспертизе законопроектов	0	1	1	0	0	1	0	0
Распространять информацию об общественных и политических проблемах и событиях	0	1	1	0	1	1	0	0
Жертвовать деньги кандидатам на выборах	0	0	0	0	0	0	0	0
Жертвовать деньги на реализацию проектов, проведение мероприятий	0	0	0	0	0	0	0	0
Другое	0	0	0	0	0	1	0	0
Ничего из перечисленного	45	81	49	42	71	60	34	8
Затрудняюсь ответить	2	4	2	2	4	2	2	0

Источник: составлено автором по данным ФОМ [626].

При этом следует отметить, что во время развертывания социальных медиа в рамках расширяющегося Интернет-пространства наметились определенные демографические различия в контингенте пользователей. В гендерных группах мужчины показывали несколько большую активность, чем женщины. В возрастных группах общественная активность молодого поколения в Интернет-среде выглядела существенно выше, чем у зрелых поколений. В большей степени общественную активность декларировали люди с высшим образованием и относительно высоким уровнем достатка. Более высокий уровень онлайн-участия наблюдался среди жителей столичного мегаполиса и административных центров российских регионов. Таким образом, наиболее выразительный портрет общественного активиста может быть так: молодой мужчина с высшим образованием, приживающийся в столице.

Участие в совместных действиях во многом обусловлено сформированным доверием граждан к друг другу. Высокий уровень доверия в обществе способствует повышению интенсивности гражданской активности, открывая более широкое поле для сотрудничества и возможность для большей частоты взаимодействия. Социологическое исследование ФОМ 2013 года, выдержки из которого представлены в таблице 23, выявило крайне низкий уровень доверия как среди российских граждан (18%), так и среди части пользователей Интернета (19%). Высокий уровень недоверия российских Интернет-пользователей отмечался в равной степени в гендерных и возрастных группах. Ситуация приобретает иной оборот, когда доверие рассматривается в отношении личного окружения. Среди Интернет-пользователей уровень доверия к личному окружению близок к показателю абсолютного большинства (61%), но у трети оно вызывает настороженность. Несколько больше своему окружению склонны доверять мужчины, люди молодого и зрелого поколений. Политическая мобилизация в социальных сетях предполагает выход за личный круг общения, поэтому общий низкий уровень доверия как в целом в обществе, так и среди Интернет-пользователей не способствует организации масштабных совместных действий.

Таблица 23 — Доверие в российском обществе среди населения и Интернет-пользователей
В процентах

«Как Вы считаете, большинству людей можно доверять или в отношениях с людьми следует быть осторожными?»	Все	Интернет-пользователи	«Можно ли доверять большинству окружающих лично Вас людей или следует быть с ними осторожными?»	Все	Интернет-пользователи
Большинству людей можно доверять	18	19	Большинству окружающих людей можно доверять	56	61
В отношениях с людьми следует быть осторожными	79	78	В отношениях с людьми из моего окружения следует быть осторожными	38	34
Затрудняюсь ответить	3	3	Затрудняюсь ответить	6	5

Источник: составлено автором по данным ФОМ [626].

При этом, несмотря на низкий уровень доверия в обществе, в случае совпадения идей и интересов абсолютное большинство (65%) Интернет-пользователей выражало готовность и лишь значимое меньшинство (21%) неготовность объединяться для совместных действий. Если в гендерных группах мужчины и женщины в равной степени готовы объединяться, то в возрастных группах повышенной готовностью к совместным действиям выделяется молодое

поколение. Кроме того, готовность к совместным действиям во многом зависит от направления деятельности. Согласно данным ФОМ, представленным в таблице 24, российские граждане гораздо больше расположены включаться в социальные и экологические мероприятия, чем в политические акции. При этом в каждом направлении деятельности происходит распределение граждан по степени общественной активности, которая зависит от намерений прилагать определенные усилия и нести издержки для решения общезначимых проблем. Если в роли организатора социальной помощи людям и экологической акции готовы выступить значимое число граждан, то политического протеста – лишь некоторые. Роль участника обозначенных мероприятий менее обременительна в отношении затрат времени и возможных рисков, поэтому число желающих значительно расширяется.

В социальной акции помощи людям в чрезвычайной ситуации в роли организаторов в равной степени готовы быть как мужчины, так и женщины, в возрастных группах больше молодежь, значительно больше с высшим образованием, а в роли участника существенно больше женщины, молодое и зрелое поколения, люди со средним и высшим образованием. В экологической акции по уборке лесопарка в роли организаторов в равной степени мужчины и женщины молодого и зрелого возраста с высшим образованием, в роли участника выделяются люди зрелого и старшего возраста со средним образованием. В политической акции протеста против фальсификации результатов выборов в редкой роли организатора готовы выступать больше мужчины с высшим образованием, а роли немногих участников молодое и старшее поколения со средним и высшим образованием.

Таблица 24 — Соотношение общественной мобилизации по социальному, экологическому и политическому направлениям

Варианты ответа	В процентах					
	Сбор средств для пострадавших в ЧС		Уборка мусора в лесопарке		Протест против фальсификации выборов	
	все	Интернет-пользователи	все	Интернет-пользователи	все	Интернет-пользователи
Да, готов(-а) организовать	16	19	12	14	3	4
Да, готов(-а) участвовать	39	43	58	63	15	17
Да, готов(-а) пожертвовать деньги	42	42	14	15	3	3
Нет, не готов(-а) участвовать, финансово поддерживать	13	9	17	12	62	61
Затрудняюсь ответить	10	8	10	8	18	18

Источник: составлено автором по данным ФОМ [626].

По данным социологического опроса ФОМ, в 2012 году половина (50%) российских граждан полагала, что размещение сообщений в Интернете, включая

сайты, сети, блоги и форумы, позволяет получить широкое распространение информации. В отношении доверия к информации в Интернете, размещаемой пользователями, мнения разделись: треть (33%) граждан доверяет информации Интернет-контента, образуемого из текстов, фото-, видео- и аудиоматериалов, треть (33%) не испытывает к ней доверия, остальная часть (34%) не могли выразить определенное мнение. При этом только немногим (10%) приходилось размещать различную информацию о событиях и явлениях текущего времени в Интернете. Уже более трети (38%) граждан были уверены, что размещение информации о региональных проблемах в Интернете обычными людьми помогает их решению, но около четверти (22%) придерживались противоположного мнения [609]. В 2013 году включение граждан в цифровую среду оказывает существенное значение для формирования представлений о влиянии распространения информации в Интернете на решение общественных проблем. Среди населения менее половины (45%) убеждены в полезности размещения таких сообщений в Интернете, тогда как среди пользователей абсолютное большинство (62%) полагает, что Интернет помогает решить проблемы [626].

Отталкиваясь от открытых данных ведущих центров изучения общественного мнения в России, было проведено авторское социологическое исследование политической мобилизации в социальных медиа. Методом сбора эмпирических данных избран всероссийский онлайн-опрос, который был проведен по квотируемой репрезентативной выборке N=1600 в марте 2021 года. Инструментом исследования стала онлайн-форма для заполнения формализованной анкеты, распространяемой посредством контактов координаторов проведения опроса с респондентами в социальных медиа. Форма анкеты социологического опроса представлена в приложении Г. Для обработки полученного массива социологических данных использовались осевой, кросс-табуляционный и корреляционный виды анализа в программном приложении SPSS Statistics.

Дифференциация общественной активности

Уровень общественной активности отражает участие граждан в совместных действиях, направленных на решение социальных и политических проблем. На основании ответов респондентов на вопрос о личном участии за последний год в оказании помощи посторонним людям по собственной инициативе можно определить доли социально активных и пассивных граждан. Результаты в целом, по гендерным и возрастным группам представлены в следующей таблице 25. Распределение ответов пользователей социальных сетей показывает, что более трети (39%) граждан приходилось оказывать поддержку другим, более четверти (27%)

граждан выразили намерение впредь оказать помощь и менее четверти (23%) не приходилось помогать посторонним людям. При этом значительная часть (11%) не дала определенного ответа. Таким образом, учитывая социальную одобряемость данного вопроса, следует признать, что социальная активность российских граждан находится на уровне средних значений и ситуативно может возрасти до высоких значений участия абсолютного большинства (66%).

Таблица 25 — Социальная активность пользователей социальных сетей в гендерных и возрастных группах («За последний год приходилось ли Вам оказывать помощь другим людям?»)

Варианты ответа	В процентах						
	Все	Мужчины	Женщины	18-29 лет	30-44 лет	45-59 лет	60+ лет
Приходилось участвовать	42	39	45	63	36	36	40
Не приходилось участвовать	23	23	23	18	22	24	31
Хотел участвовать, но не смог	16	18	15	7	22	15	19
Не участвовал, но хотел бы принять участие в будущем	9	9	8	8	11	9	5
Затрудняюсь ответить	10	11	10	5	9	16	6

Источник: составлено автором.

Как показывают данные исследования, представленные в следующей таблице 26, среди пользователей социальных медиа наблюдался уровень общественной мобилизации ниже среднего. Готовность объединяться с другими людьми для совместных действий при условии совпадения идей и интересов выражали менее половины (46%) граждан. Большинство (54%) составили пассивные граждане, из которых около четверти (23%) не готовы объединять усилия для совместных действий, а примерно треть (31%) не обозначила определенного желания действовать вместе в общих интересах. Наиболее значительную готовность к совместным действиям выразили представители молодого поколения, тогда как люди зрелого и старшего поколений обозначили слабую готовность к совместным действиям на основе общих идей и интересов. Таким образом, уровень общественной мобилизации пользователей социальных сетей находился на среднем уровне с возможностью, учитывая значительную долю неопределившихся, расширения числа участников.

Таблица 26 — Готовность пользователей социальных сетей к совместным действиям в гендерных и возрастных группах («Одни люди готовы объединяться для совместных действий, если их идеи и интересы совпадают. Другие не готовы объединяться для совместных действий, даже если их идеи и интересы совпадают. К кому бы Вы отнесли себя?») В процентах

Варианты ответа	Все	Пол		Возраст			
		мужчины	женщины	18-29 лет	30-44 лет	45-59 лет	60+ лет
Готовы объединяться для совместных действий	46	47	46	74	39	36	47
Не готовы объединяться для совместных действий	23	24	21	12	25	25	25
Затрудняюсь ответить	31	29	33	14	35	39	28
Баланс Δ+-	+23	+23	+25	+62	+14	+11	+22

Источник: составлено автором.

В целом интенсивность общественного участия оказалась низкой, граждане готовы довольно редко объединять усилия с другими людьми для решения общих задач, о чем свидетельствуют данные, представленные в таблице 27. Так среди пользователей социальных сетей менее четверти (22%) действуют таким образом не реже, чем раз в месяц, а значимые части (17%) не реже, чем раз в квартал, сопоставимая часть (18%) не реже, чем раз в полгода и несколько меньшая (14%) не реже, чем раз в год. Наибольшую интенсивность общественной активности показывают мужчины, люди зрелого и пожилого возраста, имеющие высшее и среднее профобразование. В целом для российского населения характерна склонность к общественной пассивности, что проявляется в редкой практике «общих дел».

Таблица 27 — Интенсивность общественного участия пользователей социальных сетей в гендерных и возрастных группах («Как часто Вы объединяете усилия с другими гражданами для решения общих задач?») В процентах

Варианты ответа	Все	Пол		Возраст			
		мужчины	женщины	18-29 лет	30-44 лет	45-59 лет	60+ лет
Не реже, чем раз в месяц	22	24	18	20	23	21	25
Не реже, чем раз в квартал	17	18	16	18	17	18	10
Не реже, чем раз в полгода	18	18	18	13	18	25	16
Не реже, чем раз в год	14	13	15	13	15	13	16
Не реже, чем раз в 3-5 лет	6	5	6	5	7	4	11
Не помнят	22	21	26	30	20	19	22
Другое	1	1	1	1	1	1	0

Источник: составлено автором.

Социологические данные выявляют различный опыт объединения усилий граждан в решении общих задач. Результаты опроса представлены в таблице 28. Решение социальных задач предполагает объединение граждан для помощи нуждающимся и достижения общественного блага. Решение политических задач заключается в объединении граждан для отстаивания общих интересов посредством влияния на решения власти. Опыт участия в решении социальных задач имели менее трети (31%) пользователей социальных сетей, не имело абсолютное большинство (69%), из которых значительная часть (21%) выражала намерение принять участие. Согласно проведенному опросу, большим опытом совместных действий для решений социальных задач обладали мужчины и особенно молодежь, а представители старших поколений, очевидно, избегают активного участия.

Таблица 28 — Практика объединения пользователей социальных сетей для решения социальных задач в гендерных и возрастных группах («Есть ли у Вас опыт объединения усилий с другими гражданами для решения общих социальных задач?»)

Варианты ответа	В процентах						
	Все	Мужчины	Женщины	18-29 лет	30-44 лет	45-59 лет	60+ лет
Да	31	32	29	47	26	27	25
Хотел, но не смог	21	22	20	16	29	16	21
Нет	49	47	50	37	45	57	54

Источник: составлено автором.

В свою очередь опыт участия в решении политических задач имела лишь незначительная часть (16%) пользователей социальных сетей, а не имело подавляющее большинство (84%), среди которых только часть (17%) обозначала наличие нереализованного желания. Результаты представлены в таблице 29. В социальной и политической практиках совместного решения задач выявились существенные половозрастные различия. В решении политических задач значительно больший практический опыт приобрели мужчины, а также несколько больше выделяется молодежь. Таким образом, политическое участие оказалось для пользователей малопривлекательной деятельностью.

Таблица 29 — Практика объединения пользователей социальных сетей для решения политических задач в гендерных и возрастных группах («Есть ли у Вас опыт объединения усилий с другими гражданами для решения политических задач?»)

Варианты ответа	В процентах						
	Все	Мужчины	Женщины	18-29 лет	30-44 лет	45-59 лет	60+ лет
Да	16	21	11	19	17	13	13
Хотел, но не смог	17	18	17	17	21	14	17
Нет	67	62	72	65	62	73	70

Источник: составлено автором.

Выявленные различия показывали состояния как слабой социальной консолидации, так и выраженного избегания политического участия. Абсолютное большинство граждан в своих установках деятельности не стремится к объединению усилий для решения общественных задач, предпочитая отрешенную модель поведения либо личное решение проблем повседневной жизни. При этом между участием россиян в разрешении социальных и политических вопросов выявлена значимая зависимость (коэффициент корреляции Пирсона 0,467), которая указывает на пересечение политически и социально ориентированных групп. Граждане, участвующие в социальной деятельности, составляют преобладающую долю участвующих в политической деятельности. Результаты исследования подтвердили положение, что социально активные граждане расположены к политическому участию. В определенных ситуациях социальная деятельность переходит в политическую сферу, а накопленный социальный капитал активности конвертируется в совместные политические действия.

Для политической мобилизации в социальных сетях особую важность представляет выбор роли в подготовке и проведении акций. Выявление намерений граждан прилагать различные усилия к организации совместных действий позволяет определить предполагаемые роли при политической мобилизации, которая может рассматриваться как подготовка к массовому зрелищу. Согласно полученным социологическим данным, только немногие граждане (9%) выбирают для себя требующую значительных усилий в организации политических акций роль активиста. Значительная часть около трети (32%) граждан намерено участвовать в проведении политической акции в роли сторонника. Сопоставимая часть (34%) выразила желание наблюдать за проходящей политической акцией, выступая в роли зрителя. Остальную весьма существенную часть (24%) составили граждане, выбирающие роль пассивистов вне театра политических действий. Общие распределения по различным ролевым моделям представлены в таблице 30.

Таблица 30 — Распределение ролевых моделей общественного поведения в гендерных и возрастных группах пользователей социальных сетей

Модели поведения	В процентах						
	Все	Мужчины	Женщины	18-29 лет	30-44 лет	45-59 лет	60+ лет
Активисты (организаторы)	9	12	7	16	9	8	4
Участники (сторонники)	32	34	30	43	31	28	28
Зрители (наблюдатели)	35	34	35	25	32	38	44
Пассивисты (посторонние)	24	20	28	16	27	26	23

Источник: составлено автором.

Демографические распределения позволяют выделить социальные группы, расположенные к ролевым моделям поведения при подготовке политических акций. Роль активистов-организаторов намерены играть больше мужчины, чем женщины, представляющие молодое и зрелое поколения, имеющие высшее образование. Роль сторонников-участников также несколько больше привлекает мужчин, чем женщин, в значительно большей степени молодежь. Роль зрителей предпочли в равной степени мужчины и женщины, больше пожилого возраста. Роль отстранившихся пассивистов избрали больше женщины, чем мужчины, в основном пожилого и зрелого поколений. Детальное рассмотрение выделенных по уровням общественной активности групп позволяет выявить ряд особенностей, которые представлены в таблице 31.

Среди пользователей социальных сетей, демонстрирующих общественную активность, преобладали кликтивистские действия, которые требуют лишь незначительного приложения усилий. Из них наибольшая часть (50%) проявляет символическую активность в виде лайков в поддержку общественных инициатив граждан. Более четверти (28%) проявляют общественную активность в виде комментариев сообщений инициаторов гражданских действий. Сопоставимая часть (26%) активных пользователей размещает контент инициаторов в своих аккаунтах, тем самым показывая поддержку и продвигая содержание информационного сообщения. Затратные активности, требующие больше организаторских усилий (19%), личного финансового вклада (15%) и координации по сбору средств (15%), «тянет» уже значительно меньшее число вовлеченных пользователей.

«Цифровыми гладиаторами» выступают лишь немногие пользователи социальных сетей, которые участвуют в онлайн-акциях (9%), создают и распространяют контент (9%), иницируют совместные действия (8%). В гендерных группах мужчины показывают большую общественную активность в онлайн-пространстве, чем женщины. Мужчины значительно более склонны к медийной активности, которая проявляется в большем числе комментариях, размещенных сообщений, произведенного контента. В возрастных группах в целом молодое поколение превосходит другие поколения по общественной онлайн-активности, особенно в выражении поддержки или неприятия в виде лайков, комментариев, размещения информации, взаимодействия с инициаторами акций и участия в них онлайн. Таким образом, общественная онлайн-активность неоднородна и находится в прямой зависимости от прилагаемых усилий – чем сложнее деятельность, тем меньше желающих ее выполнять.

Таблица 31 — Общественная онлайн-активность пользователей социальных сетей в гендерных и возрастных группах («Каким образом Вы, чаще всего, проявляете свою гражданскую активность в Интернете (онлайн)»)

В процентах

Варианты ответа	Все	Мужчины	Женщины	18-29 лет	30-44 лет	45-59 лет	60+ лет
Показываю лайками поддержку инициаторов и сторонников идеи, акции	50	49	51	62	43	44	50
Комментирую контент инициаторов в их аккаунтах	28	31	23	31	26	28	25
Размещаю информацию, контент от инициаторов на своей странице	26	30	23	30	26	21	32
Взаимодействую с инициаторами, обсуждаю способы решения проблемы	19	20	19	20	18	20	20
Взаимодействую с инициаторами, вкладываю личные средств на решение проблемы	15	16	15	17	10	19	14
Взаимодействую с инициаторами, помогаю собрать ресурсы для решения проблемы	15	16	14	15	14	17	7
Участвую в виртуальных акциях, флешмобах	9	10	8	14	8	7	2
Создаю собственный контент	9	11	7	9	9	10	3
Выступаю в качестве инициатора, активиста, медиаволонтера	8	8	7	8	7	9	3
Другое	4	4	4	5	3	2	9

Источник: составлено автором.

Политическая активность пользователей социальных сетей так же, только с меньшим охватом, подчиняется общей закономерности. Данные по этому параметру представлены в таблице 32. Нижний, самый широкий уровень активности, составляют подписки на информационные ресурсы органов власти (37%), оппозиционных сил (33%) и политические сообщества (33%). Средний, промежуточный уровень, онлайн-активности в политической сфере не просматривается. На верхнем уровне активности, требующем приложения значительных усилий, расположены ведение блога (10%), организация сети сторонников (10%), модерация сообщества (9%) и фандрайзинг (6%). В гендерных группах мужчины оказываются еще более активны в политической сфере, особенно в подписках на информационные Интернет-ресурсы оппозиции, чаще выступают в роли модераторов сообществ и организатором волонтеров. В возрастных группах

молодежь предпочитает больше получать информацию по Интернет-подпискам от политических сообществ и оппозиции, а зрелого возраста от органов власти. Молодежь с большим желанием готова модерировать сообщество и организовывать сторонников, но для ведения блога и сбора средств очевидно не хватает знаний и опыта. Таким образом, политическая активность в онлайн-пространстве выглядит более распределенной по нижнему уровню, на котором пользователи в большей части приемники информации, и верхнему уровню, на котором пользователи участвуют в организации деятельности сообществ.

Таблица 32 — Политическая онлайн-активность пользователей социальных сетей в гендерных и возрастных группах («Каким образом проявляется Ваша политическая активность онлайн?»)

В процентах

Варианты ответа	Все	Мужчины	Женщины	18-29 лет	30-44 лет	45-59 лет	60+ лет
Подписан на Интернет-ресурсы органов государственной власти	37	40	35	36	43	35	31
Подписан на Интернет-ресурсы оппозиционных сил	33	41	25	42	30	29	29
Подписан на онлайн-сообщества, обсуждающие политические темы	33	35	31	46	30	26	22
Веду блог, затрагивая политические темы	10	11	9	5	12	11	10
Организирую группы волонтеров для участия в политических мероприятиях	10	12	8	10	10	9	13
Модерирую онлайн-сообщество политического толка	9	11	7	9	8	10	9
Занимаюсь поиском совместных решений и сбором средств в политических целях	6	6	6	5	8	6	6
Другое	12	8	16	11	8	14	18

Источник: составлено автором.

В целом результативность деятельности сообществ в социальных сетях пользователи оценивали на среднем уровне, о чем свидетельствуют подробные данные, представленные в таблице 33. Половина (50%) вовлеченных в общественную деятельность пользователей в той или иной степени отмечает наличие результата. Менее четверти (22%) отмечает отсутствие результата от участия в деятельности онлайн-сообщества, а остальные пользователи (28%) предпочли от них дистанцироваться. В гендерных группах мужчины оказались

более категоричны в оценке достижения результатов участия, чем женщины, которые более склонны избегать включения в деятельность онлайн-сообществ. Представители старшего поколения оказались наиболее результативными по сравнению с другими поколениями. В целом достижение результата можно трактовать как эффективность деятельности, которая мотивирует к продолжению участия.

Таблица 33 — Оценка результативности общественного участия в деятельности онлайн-сообществ в гендерных и возрастных группах («Результативно ли Ваше участие в деятельности онлайн-сообществ в социальных медиа для реализации общественных инициатив за последние два-три года?»)

Варианты ответа	В процентах						
	Все	Мужчины	Женщины	18-29 лет	30-44 лет	45-59 лет	60+ лет
Результат был достигнут	11	13	9	8	11	15	6
Результат был частично достигнут	39	36	42	42	38	39	34
Результат не был достигнут	22	26	18	19	26	19	29
Не участвовал	28	26	31	31	26	27	32

Источник: составлено автором.

Мотивация общественной активности граждан весьма многообразна, что подтверждают данные из следующей таблицы 34. Однако главным мотивом участия в гражданских инициативах выступает возможность быть полезным другим людям (32%). Ведущими мотивами участия выступают исполнение нравственного долга (18%) и сопричастность к общему делу (16%). Возможности самореализации, влияния на власть, общения с интересными людьми, получение навыков оказали менее значимыми мотивами (по 7%). Получение финансовых средств и повышение личной репутации оказались слабыми мотивами для общей деятельности. Среди лояльных и оппозиционных граждан возможность быть полезным людям оказалась более выраженным мотивом, чем среди оппозиционеров. Лояльные граждане в большей степени следуют представлениям о нравственном долге, необходимости самореализации и получению дополнительных навыков. Оппозиционными гражданами в большей степени руководствуются решением общих задач и возможностью оказать давление на власть.

Таблица 34 — Мотивация общественного участия пользователей социальных сетей в гендерных и возрастных группах («Что, прежде всего, мотивирует Вас участвовать в гражданских инициативах?»)

Варианты ответа	В процентах						
	Все	Мужчины	Женщины	18-29 лет	30-44 лет	45-59 лет	60+ лет
Возможность исполнить свой нравственный долг	18	19	16	23	13	17	16
Возможность быть полезным другим людям	32	30	34	28	33	33	35
Возможность быть сопричастным к решению общей задачи	16	13	20	16	13	18	19
Возможность самореализации	7	8	7	10	5	8	6
Возможность получить дополнительные навыки	7	7	6	5	9	6	6
Возможность общаться с интересными людьми	7	7	7	7	7	6	7
Возможность повысить свою репутацию	2	2	1	1	4	2	0
Возможность заработать деньги	3	4	3	2	4	3	3
Возможность оказывать давление, повлиять на власть	7	9	4	8	9	4	5
Другое	2	1	3	2	2	2	3

Источник: составлено автором.

Различия между активностями в социальной и политической сферах проявляются в отдельных ролевых группах, охарактеризованных в таблице 35. В наиболее многочисленной (35%) группе зрителей, настроенных на выраженные кликтивистские активности, распределение действий оказалось неравномерным. При совершении социальных действий половина (51%) предпочитает отслеживать события и более трети (37%) обсуждать проблемы. Менее выраженными оказались такие социальные действия, как обозначение поддержки идей, инициатив, проектов и лидеров, поставив лайк (14%) и подписав петицию (12%). Активности, требующие несколько больше усилий, такие как сделать репост или комментарий (9%), направить обращение или жалобу власти (9%), используются значительно реже. Трудоемкие социальные действия, такие как создание контента (5%), внесение пожертвований (5%), организация волонтеров (4%), поиск решения проблем (4%), сбор средств (2%), привлекают немногих пользователей. Политические действия имеют существенные отличия в большем желании ставить лайки сообщениям (18%), делать репосты и комментарии (16%), создавать контент (10%) и находить решение проблемы (9%). В политическом поле зрители-кликтивисты меньше расположены наблюдать за происходящими событиями (43%), обсуждать события (22%), подписывать петиции (9%) и поддерживать обращения (6%). Таким образом, ролевые группы также неоднородны в проявлениях своей активности.

Таблица 35 — Сопоставление социальной и политической онлайн-активности в группе зрителей («Что из проявлений социальной активности онлайн Вы считаете для себя приемлемым? / Что из проявлений политической активности онлайн Вы считаете для себя приемлемым?»)

Активности в социальных сетях	В процентах	
	Социальные действия	Политические действия
Преимущественно наблюдать за событиями, чтобы быть в курсе происходящего	51	43
Общаться с единомышленниками, обсуждать возникающие вопросы	37	22
Демонстрировать поддержку идей, лидеров, проектов посредством лайков	14	18
Проявлять свою поддержку через подписание петиций	12	9
Обозначать свою позицию посредством репостов, подписок, комментариев	9	16
Проявлять свою поддержку через обращения, жалобы в органы власти	9	6
Создавать самостоятельно контент об интересных проектах, идеях, лидерах	5	10
Проявлять свою поддержку через пожертвование средств	5	7
Поддерживать посредством социальных медиа волонтерские акции	5	5
Участвовать в обсуждении совместного решения общественных проблем и реализации проектов (краудсорсинг)	4	9
Организовывать сбор средств на реализацию проектов, инициатив, идей (краудфандинг)	3	3
Другое	2	2

Источник: составлено автором.

Пассивная модель поведения оказалась распространенным явлением, которой придерживается около четверти (22%) пользователей, поэтому также важно понять мотивы неучастия в общественной деятельности. Пользователи социальных сетей не желают принимать участие в большей части из-за отсутствия времени, знаний и интереса. Данные мотивы общественного неучастия в равной степени преобладают как среди мужчин, так и женщин. В кругу молодежи более весомыми в сравнении с другими поколениями выглядят такие мотивы, как отсутствие привлекательных лидеров, сообществ, проектов и идей, а также убеждение, что личное участие вряд ли изменит ситуацию в обществе. Среди пользователей зрелого возраста главная причина неучастия состоит в отсутствии времени. Таким образом, в мотивах неучастия асоциальные и протестные основания не являются вескими причинами. Общие распределения представлены в следующей таблице 36.

Таблица 36 — Мотивы общественного неучастия пользователей социальных сетей в гендерных и возрастных группах («С чем, в первую очередь, связано Ваше нежелание участвовать в общественной деятельности?»)

Варианты ответа	В процентах						
	Все	Мужчины	Женщины	18-29 лет	30-44 лет	45-59 лет	60+ лет
У меня нет на это времени	22	22	22	18	29	19	19
У меня нет для этого необходимых знаний и навыков	16	16	16	15	19	17	6
Мне это в целом не интересно	15	14	16	16	11	19	15
Не вижу интересных лидеров, сообществ, организаций	6	9	5	11	3	5	14
Не понимаю, как это сможет изменить ситуацию в обществе	6	3	9	13	4	6	5
Не хочу, чтобы мною манипулировали другие люди	6	7	5	1	5	6	11
Не знаю куда обратиться, чтобы начать	6	7	5	3	7	7	0
Не вижу интересных идей, инициатив, проектов	4	6	3	10	6	1	4
Не понимаю, что лично я получу от участия в инициативах	2	2	3	1	4	2	0
Не хочу, чтобы мною командовали другие люди	2	2	2	0	3	2	0
Другое	2	4	1	3	0	3	4
Не знаю, не задумывался над этим	13	9	16	10	9	15	23

Источник: составлено автором.

Среди пассивных пользователей в отношении политической деятельности доминируют стереотипные мнения, имеющие выраженную негативную коннотацию. Пассивные пользователи мотивируют свое политическое неучастие распространенной метафорой политики как «грязного дела» или «нечестной игры», принятием властью решений без мнения народа и незнанием политических раскладов. В гендерных группах пассивистов мужчины оказались более склонны считать политику недостойным делом, а женщины не жалеют играть в политику и в ней разбираться. В возрастных группах молодежь значительно чаще обозначает отсутствие влияния народа на принятие политических решений, старшее поколение реже считает выражение свое мнение ничтожным и лучше разбирается в политике,

пожилое поколение испытывает большее неприятие политики и не желает участвовать в политических играх. Распределения по гендерным и возрастным группам представлены в таблице 37.

Таблица 37 — Отношение пассивных пользователей социальных сетей к политическому участию («Какие следующие утверждения Вам близки, какие разделяете?») В процентах

Варианты ответа	Все	Мужчины	Женщины	18-29 лет	30-44 лет	45-59 лет	60+ лет
Политика – грязное дело	27	30	26	26	27	26	35
В политике все заранее решено за нас	25	23	27	34	22	25	26
Я в такие игры как политика не играю	24	21	27	14	21	28	34
Я не разбираюсь в политике	24	14	30	30	17	23	37
От моего голоса ничего не зависит	23	24	23	27	21	21	30
Если ты не занимаешься политикой, то политика займется тобой	11	11	11	25	9	11	0
Участие в политике – это напрасная трата времени	9	9	10	11	8	8	16
Я не могу себе позволить участвовать в политике	8	10	7	5	9	8	11

Источник: составлено автором.

Сегментация политических ориентаций

Дифференциация общественной активности выявила распределение пользователей социальных сетей по ролевым моделям поведения. В свою очередь сегментация граждан по политическим ориентациям позволяет определить распределение аудитории на группы, настроенные на поддержку власти и на оспаривание власти. Пересечение уровней общественной активности и политических сегментов помогает построить структуру акторов политической мобилизации. Результаты социологического исследования выявили весомую поддержку действующей власти и существенно меньшую поддержку оппозиционных сил. Доля лояльных власти граждан составила более трети (36%), а доля противников власти оказалась в три раза меньше (12%). При этом среди российских пользователей социальных сетей большинство (52%) придерживалось аполитичной позиции, выраженной в нежелании участвовать в совместных политических действиях. Полученные данные, отраженные в таблице 38, позволяют сегментировать пользователей социальных медиа на провластные, оппозиционные и аполитичные группы.

Таблица 38 — Политические ориентации пользователей социальных сетей в гендерных и возрастных группах

Наименование сегментов	В процентах						
	Все	Мужской	Женский	18-29 лет	30-44 лет	45-59 лет	60+ лет
Провластные	36	34	37	36	35	35	42
Оппозиционные	12	14	10	19	11	9	8
Аполитичные	52	52	53	45	54	56	50

Источник: составлено автором.

Распределение политических предпочтений пользователей по демографическим показателям позволяет выявить социальные различия. Провластную когорту составили несколько больше женщины, немного больше людей пожилого возраста, людей с высшим и средним профессиональным образованием. Оппозиционную когорту образуют преимущественно мужчины, в большей части люди молодежного возраста, несколько больше с высшим образованием. Аполитичную когорту формируют в равной степени мужчины и женщины в большей части зрелого и пожилого возраста со средним образованием. Выявленные характеристики во многом обуславливают потенциал каждой политической группы. Распределение политических групп по ролевым моделям общественного участия раскрывает разницу потенциальных возможностей.

Таблица 39 — Распределение политических ориентаций по ролевым группам пользователей социальных сетей

Наименование сегмента	В процентах			
	Все	Провластные	Оппозиционные	Аполитичные
Активисты (организаторы)	9	6	23	8
Участники (сторонники)	32	34	46	28
Зрители (наблюдатели)	35	35	23	37
Пассивисты (посторонние)	24	25	8	27

Источник: составлено автором.

Ролевая структура активности политических групп имеет существенные различия, отраженные в количественных значениях в таблице 39. Если в провластной когорте активисты-организаторы, образующие ядро сторонников, составляют лишь малую долю (6%), то в оппозиционной когорте значительно большую долю (23%). При этом оказывается, что доля сторонников, намеренных участвовать в совместных действиях, среди оппозиционных сил значительно больше (46%), чем среди провластных сторонников (34%). В провластной когорте оказалось наиболее весомой доля пользователей, избирающих роль зрителей, более трети

(35%), тогда как в провластной когорте зрители составили менее трети (23%). В когорту провластных также попадала весьма значительная доля (25%) пассивистов, которые сторонятся политических действий, в оппозиционной когорте таких оказалось значительно меньше. При таких раскладах организационные возможности для политической мобилизации в социальных сетях оказываются сопоставимыми.

Рассмотрение аудитории социальных сетей в ином ракурсе распределения выявляет следующие особенности. Провластные пользователи более склонны действовать в избранных рамках ролевых моделей поведения участников, зрителей и пассивистов, стараются избегать трудоемкой роли активистов. Оппозиционные пользователи напротив явно склонны играть на сцене ведущие роли активиста и в меньшей степени выполнять роль участника совместных действий, не испытывая желания отсиживаться в зрительном зале или намерений пройти мимо общественного театра. Аполитичные пользователи больше отдают предпочтение роли зрителя и еще в большей степени роли пессимиста, отстраняясь от общественного участия и публичной деятельности. Общие распределения по сегментам отражены в таблице 40.

Таблица 40 — Распределение ролевых групп по политическим ориентациям пользователей социальных сетей

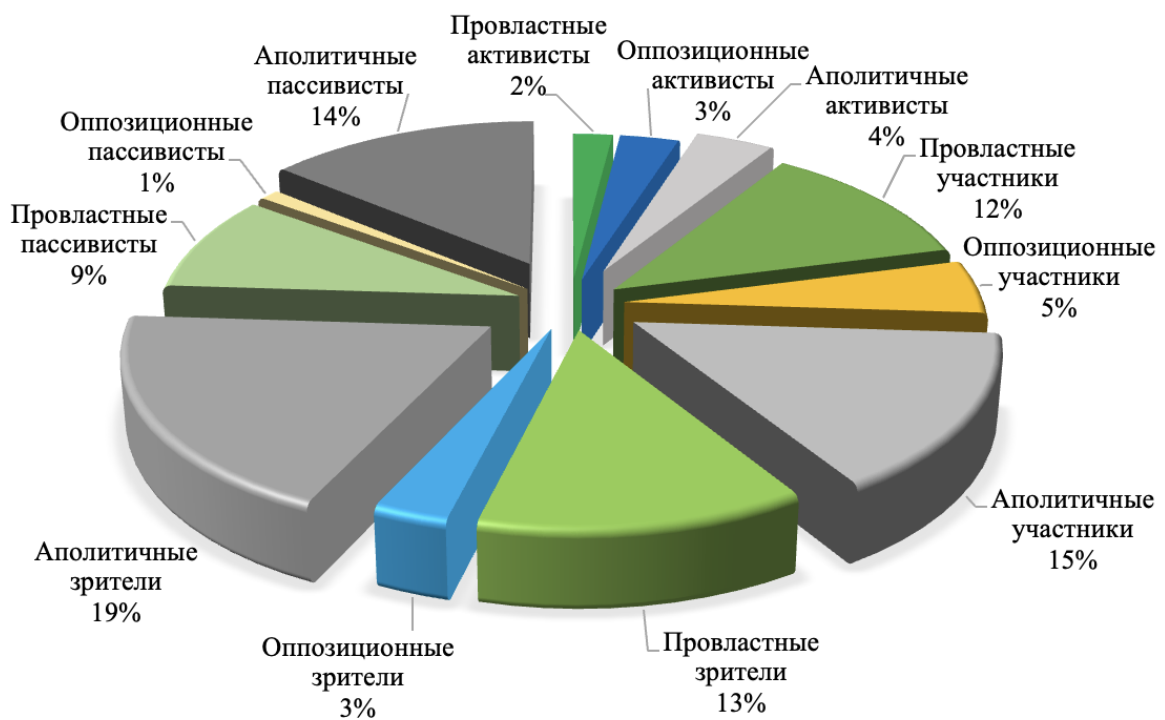
Наименование сегмента	Все	Активисты	Участники	Зрители	В процентах
					Пассивисты
Провластные	36	24	38	37	37
Оппозиционные	12	29	17	8	4
Аполитичные	52	47	45	56	59
Всего	100	100	100	100	100

Источник: составлено автором.

Пересечение индикаторов общественной активности и политических предпочтений позволяет определить элементы структуры политической мобилизации среди российских пользователей социальных сетей, представленные на рисунке 12. Структура отражает ряд сформированных особенностей, возможностей и ограничений политической мобилизации в цифровом пространстве коммуникаций. Провластные и оппозиционные группы в социальных сетях существенно различаются по размеру и активности. Провластная аудитория социальных сетей значительно превосходит оппозиционный контингент по численности пользователей, но более склонна к малозатратным ролевым моделям общественного участия. Оппозиционный контингент напротив отличается наличием

сопоставимого по размеру организационного ядра и значительным числом заряженных сторонников.

В процессе политической мобилизации в социальных сетях у власти есть возможность задействовать более широкую базу поддержки, но существенным ограничением выступают сформированные установки на символическое необременяющее участие. Оппозиционный контингент при политической мобилизации в социальных сетях обладает возможностью активнее организовать сторонников, но весьма ограничен узкой базой общественной поддержки. Вместе с тем выявленная политическая диспозиция в социальных сетях сформирована под влиянием ряда факторов и очевидно подвержена изменениям, но данная структура позволяет отслеживать баланс сил в цифровом пространстве коммуникаций.



Источник: составлено автором.

Рисунок 12 — Структура политической мобилизации пользователей социальных сетей по ролевой активности и политическим ориентациям

Различия в потенциалах политической мобилизации провластных и оппозиционных когорт находят подтверждение в уровнях социальной активности. Так, если в провластной когорте менее половины (42%) пользователей приходилось оказывать помощь другим, то в оппозиционной когорте таких оказалось абсолютное большинство (67%). Не приходилось оказывать помощь другим при отсутствии желания четверти (25%) провластных пользователей и существенно меньшей доли (17%) оппозиционные пользователей. При этом четверть (26%) провластных и часть

(14%) оппозиционных пользователей только выражала намерение помочь людям при удобном случае. Обозначенные в таблице 41 соотношения показывают, что относительно узкий круг оппозиционных пользователей настроен на более активное социальное взаимодействие в сопоставлении с широким кругом провластных пользователей.

Таблица 41 — Общественная активность пользователей социальных сетей в ролевых и политических группах («За последний год приходилось ли Вам оказывать помощь другим людям?»)

Варианты ответа	В процентах							
	Все	Активисты	Участники	Зрители	Пассивисты	Провластные	Оппозиционные	Аполитичные
Приходилось	42	62	61	25	34	42	67	36
Не приходилось	23	13	21	26	27	25	17	23
Хотел участвовать, но не смог	16	14	11	25	12	17	7	18
Не участвовал, но хотел бы принять участие в будущем	9	7	5	12	10	9	6	9
Затрудняюсь ответить	10	5	3	13	18	6	3	15

Источник: составлено автором.

Схожая ситуация наблюдалась в готовности объединять усилия для совместных действий при совпадении идей и интересов. Если среди провластных пользователей совместно действовать готовы менее половины (45%), то среди оппозиционных пользователей абсолютное большинство (75%), для сравнения среди многочисленных аполитичных пользователей таких оказалось весьма значительная доля (41%). Отсутствие готовности объединяться для совместных действий выразили более четверти (27%) провластных пользователей, немногие (14%) оппозиционные пользователи и пятая часть (21%) аполитичных пользователей. При этом не могли определиться с готовностью к совместным действиям более четверти (28%) провластных, немного (11%) оппозиционных и более трети (38%) аполитичных пользователей, тяготеющих к пассивному поведению и испытывающие неприятие политической деятельности. Общие распределения представлены в следующей таблице 42.

Политические группы пользователей социальных сетей обладают различным опытом решения общественных и политических задач, что также является важным показателем мобилизационного потенциала. Среди провластных пользователей менее трети (31%) обладали практическим опытом совместных действий для

решения общественно важных задач и почти в половину меньшая часть (16%) для решения политических задач. Среди оппозиционных пользователей более половины (53%) приобрели опыт совместных усилий для решения общественных задач и около трети (31%) для решения политических задач. Аполитичные пользователи по своему опыту совместных действий оказались весьма близки провластным пользователям, что подчеркивает их слабую включенность в политическую деятельность. Общие распределения представлены далее в таблице 43.

Таблица 42 — Готовность пользователей социальных сетей к совместным действиям в ролевых и политических группах («Одни люди, готовые объединяться для совместных действий, если их идеи и интересы совпадают. Другие не готовые объединяться для совместных действий, даже если их идеи и интересы совпадают. К кому бы Вы отнесли себя?») В процентах

Варианты ответа	Все	Активисты	Участники	Зрители	Пассивисты	Провластные	Оппозиционные	Аполитичные
Готовы объединяться для совместных действий	76	71	29	26	45	75	41	76
Не готовы объединяться для совместных действий	12	17	28	25	27	14	21	12
Затруднились ответить	12	11	43	48	28	11	38	12
Баланс Δ+-	23	5	3	13	18	6	3	15

Источник: составлено автором.

Таблица 43 — Практика объединения пользователей социальных сетей для решения общественных и политических задач в политических группах («Есть ли у Вас опыт объединения усилий с другими гражданами для решения социальных/политических задач?») В процентах

Варианты ответа	Все	Решение общественных задач			Решение политических задач		
		провластные	оппозиционные	аполитичные	провластные	оппозиционные	аполитичные
Да	31	31	53	25	16	31	12
Хотел, но не смог	21	22	20	21	19	23	15
Нет	49	48	27	54	65	46	73

Источник: составлено автором.

Согласно социологическим данным, представленным в таблице 44, среди пользователей социальных сетей активисты значительно чаще участников мобилизовывались для совместного решения общественных задач. В политических группах провластные пользователи по частоте совместных действий в месяц держат паритет с оппозиционными пользователями, но в целом им несколько уступают. Аполитичные пользователи менее склонны к участию в совместных действиях для решения социальных задач, но их большая доля делает потенциал общественной мобилизации сопоставимым с политическими группами.

Таблица 44 — Интенсивность общественного участия пользователей социальных сетей в ролевых и политических группах («Как часто Вы объединяете усилия с другими гражданами для решения общих задач?»)

Варианты ответа	В процентах					
	Все	Активисты	Участники	Провластные	Оппозиционные	Аполитичные
Не реже, чем раз в месяц	22	30	19	25	26	17
Не реже, чем раз в квартал	17	20	16	15	20	17
Не реже, чем раз в полгода	18	16	19	21	15	17
Не реже, чем раз в год	14	10	15	13	14	15
Не реже, чем раз в три-пять лет	6	6	6	3	9	6
Не помню	23	19	24	22	16	27
Другое	1	0	1	0	1	2

Источник: составлено автором.

Существенные различия между провластными и оппозиционными пользователями обнаружились при рассмотрении уже совершенных общественно значимых действий, представленные в таблице 45. В решении социальных задач принимало участие менее трети (31%) провластных и более половины (53%) оппозиционных пользователей. Тогда как в решении политических задач принимала участие значительная часть (16%) провластных и около трети (31%) оппозиционных пользователей. Провластные пользователи проявляют существенно меньшую готовность, чем оппозиционные подключаться к инициированным совместным действиям граждан. Провластные пользователи также менее расположены размещать в своих аккаунтах мотивирующий контент и его комментировать. Оппозиционные пользователи обладают значительно большим опытом

политического участия и продвижения гражданских инициатив онлайн. Выявленное соотношение опыта, решения общественных задач также показывает потенциальные возможности мобилизации сторонников власти и оппозиции.

Таблица 45 — Гражданская онлайн-активность пользователей социальных сетей в ролевых и политических группах («Каким образом Вы, чаще всего, проявляете свою гражданскую активность онлайн?»)

Варианты ответа	В процентах					
	Все	Активисты	Участники	Провластные	Оппозиционные	Аполитичные
Оказываю поддержку инициаторам	50	44	52	47	70	44
Размещаю контент от инициаторов у себя на странице	26	35	24	25	48	19
Комментирую контент инициаторов в их аккаунтах	28	32	26	27	44	21
Взаимодействую с инициаторами, обсуждаю способы решения проблемы	19	32	16	18	29	16
Взаимодействую с инициаторами, вкладываю личные средства на решение проблемы	15	21	14	17	23	11
Взаимодействую с инициаторами, помогаю собрать ресурсы для решения проблемы	15	22	13	10	23	14
Участвую в виртуальных акциях, флешмобах	9	14	8	8	17	7
Создаю собственный контент	9	38	0	3	14	11
Выступаю в качестве инициатора, активиста, медиаволонтера	8	33	0	6	15	6
Другое	4	1	5	4	1	6

Источник: составлено автором.

При рассмотрении общественной активности в ролевых и политических группах важно выявить мотивацию участия пользователей в совместных действиях. Главным мотивом общественного участия выступает полезность людям, которым в большей части руководствуются группа активистов. Ведущими мотивами общественного участия являются нравственный долг, уже в меньшей степени характерный для активистов, и общее дело, больше присущий оппозиционным и меньше провластным пользователям. В политических группах провластные пользователи несколько больше мотивировали участие получением навыков, а оппозиционные пользователи выражали через намерение оказать давление на власть. Общие распределения указаны в следующей таблице 46.

Таблица 46 — Мотивация общественного участия пользователей социальных сетей в ролевых и политических группах («Что, прежде всего, мотивирует Вас участвовать в гражданских инициативах?»)

Варианты ответа	В процентах					
	Все	Активисты	Участники	Провластные	Оппозиционные	Аполитичные
Возможность быть полезным другим людям	32	36	30	32	29	33
Возможность исполнить свой нравственный долг	18	14	19	20	17	16
Возможность быть сопричастным к решению общей задачи	16	12	17	12	21	17
Возможность самореализации	7	8	7	8	6	7
Возможность получить дополнительные навыки	7	6	7	10	4	5
Возможность общаться с интересными людьми	7	6	7	6	4	8
Возможность оказывать давление, повлиять на власть	7	8	7	3	18	5
Возможность заработать деньги	3	5	3	3	2	4
Возможность повысить свою репутацию	2	4	1	2	0	2
Другое	2	1	2	3	0	2

Источник: составлено автором.

Вовлеченные в политическую деятельность пользователи социальных сетей в ролевой группе активистов предпочитают подписки на онлайн-сообщества для обсуждения актуальных тем и Интернет-ресурсы оппозиционных сил, а также ведение блогов, координацию сторонников и модерацию сообществ. Об этом свидетельствуют данные опроса, представленные в следующей таблице 47. Провластные пользователи предпочитают подписываться на Интернет-ресурсы власти, а оппозиционные пользователи подписываться на идейно близкие Интернет-ресурсы партий и сообществ. Учитывая более значительные доли оппозиционных пользователей, получающих информацию на сайтах сообществ и обсуждающих политические темы, следует оценивать их идеологическую подготовку как более высокую, чем у провластных пользователей. Однако в целом в ролевых и политических группах активности сводятся к освоению информации, поступающей по избранным каналам коммуникации, чтобы отслеживать события, но при этом бездействовать.

Таблица 47 — Политическая онлайн-активность пользователей социальных сетей в ролевых и политических группах («Каким образом проявляется Ваша политическая активность онлайн?»)

В процентах						
В процентах	Все	Активисты	Участники	Провластные	Оппозиционные	Аполитичные
Подписан на Интернет-ресурсы органов государственной власти	37	33	39	47	30	33
Подписан на Интернет-ресурсы оппозиционных сил	33	38	32	25	63	27
Подписан на онлайн-сообщества, обсуждающие политические темы	33	40	31	27	55	28
Веду блог, затрагивая политические темы	10	18	7	9	11	10
Организирую группы волонтеров для участия в политических мероприятиях	10	19	7	11	11	10
Модерирую онлайн-сообщество политического толка	9	14	7	10	9	8
Занимаюсь поиском совместных решений и сбором средств в политических целях	6	9	5	9	3	5
Другое	12	10	12	12	6	15

Источник: составлено автором.

Важным параметром деятельности является оценка пользователями эффективности своего участия. Данные по этому параметру представлены в следующей таблице 48. В целом только немногие (11%) отметили высокую результативность деятельности, более трети (39%) обозначили частичную результативность, примерно четверть (22%) указала на полное отсутствие результата. В политических группах выявились существенные различия. Как показали результаты исследования, оппозиционные пользователи превосходят провластных по уровню активности в социальных сетях, но в результативности деятельности онлайн-сообществ провластные значительно превосходили оппозиционных пользователей. Можно предполагать, что провластная позиция пользователей снимает ограничения деятельности, открывает возможности для конструктивного взаимодействия с государственными институтами и доступ к необходимым ресурсам. В реализации общественных инициатив провластные онлайн-сообщества оказываются более эффективными, чем оппозиционные объединения пользователей в социальных медиа.

Таблица 48 — Оценка результативности участия в деятельности онлайн-сообществ в политических группах («Результативно ли Ваше участие в деятельности онлайн-сообществ в социальных медиа для реализации общественных инициатив за последние два-три года?») В процентах

Варианты ответа	Все	Активисты	Участники	Провластные	Оппозиционные	Аполитичные
Результат был достигнут	11	11	11	15	7	10
Результат был частично достигнут	39	48	36	43	47	32
Результат не был достигнут	22	24	22	20	30	20
Не участвовал	28	17	31	22	16	38

Источник: составлено автором.

В завершении *параграфа 3.2* можно сделать следующий вывод. Рассмотрение на основе социологических исследований состояния политической мобилизации в российском онлайн-пространстве сетевых коммуникаций позволило выявить ряд особенностей. Общественная активность российских граждан весьма подвижна, но имеет ограничения, обусловленные склонностью к кликтивистским формам участия, выраженной гражданской разобщенностью и социальной пассивностью. Структура политической мобилизации пользователей социальных сетей строится на основе распределения уровней общественного участия, выраженных в избираемых ролевых моделях поведения, и политических предпочтений, ориентированных на действующую власть или оппозицию власти. Построение структуры политической мобилизации в социальных сетях выявило широкую базу лояльных власти пользователей, которые склонны к «легким действиям» не требующих значительных усилий, и узкую базу оппозиционных власти пользователей, которые настроены на «тяжелые действия», предполагающие приложение существенных усилий. В мотивированности, организованности и практическом опыте совместных действий оппозиционные пользователи значительно превосходили сторонников власти, что делало потенциалы их политической мобилизации если не равными, то сопоставимыми. Соотношение сил между активными сторонниками власти и оппозиции балансируют ситуативные зрители и устойчивые пассивисты, которые держатся избранных ролевых моделей поведения в политическом театре совместных действий. С точки зрения обеспечения политической мобилизации в пространстве социальных медиа важным для настоящего исследования направлением является выявление общественных факторов, влияющих на данный процесс.

3.3 Факторы социального влияния на политическую мобилизацию в социальных медиа

Возможности и ограничения политической мобилизации в любой стране обусловлены целым рядом факторов. В рамках данного исследования выделены пять ведущих факторов общественного влияния: институты, идентичности, ценности, контекст и дискурсы. Институты устанавливают формальные и неформальные правила общественного поведения, регулируя отношения между людьми. Идентичности связывают индивидов с определенными социальными группами, культурными сообществами и политическими организациями, формируя приверженность к избранным объединениям. Ценности формируют мировоззрение, представление о должном поведении индивидов, мотивируя действовать определенным образом. Контекст создает понимание общественных проблем, политической ситуации, социальной обстановки и экономического положения, обуславливая диспозиции действий индивидов. Дискурсы отражают обсуждаемые в сообществах темы и выражаемые индивидами мнения, образующие смыслы совместных действий. Данные факторы оказывают диффузное влияние на гетерогенные структуры социальных сетей, подвигая к общественной активности.

Институты. Общественные институты формируются на основании установления правовых норм и принятия нравственных принципов. Усвоенные нормы и принципы приобретают характер внутренних установок. Влияние институциональных установок проявляется в различной готовности участвовать в санкционированных и несанкционированных акциях протеста. Согласно социологическим данным, участие в санкционированных властью акциях в той или иной степени готовы принять более четверти (27%) пользователей социальных сетей, а в несанкционированных акциях протеста значительно меньше (17%). Среди провластных пользователей допускали участие в санкционированных акциях протеста менее четверти (21%), а в несанкционированных несколько меньше (16%). Среди оппозиционных пользователей в санкционированных акциях готово участвовать абсолютное большинство (67%), тогда как в несанкционированных менее половины (40%). Аполитичные пользователи показали выраженное неприятие несанкционированных акций протеста в отличие от провластных и оппозиционных пользователей. Таким образом, политизация пользователей способствует протестной мобилизации, о чем свидетельствуют распределения, указанные в следующей таблице 49.

Таблица 49 — Намерения пользователей социальных сетей участвовать в санкционированных и несанкционированных акциях протеста («Если в ближайшее время, в Вашем населенном пункте, регионе пройдут санкционированные/несанкционированные акции протеста, то примете ли Вы в них участие?»)

В процентах

Варианты ответа	Санкционированные акции протеста				Несанкционированные акции протеста			
	все	провластные	оппозиционные	аполитичные	все	провластные	оппозиционные	аполитичные
Да	11	8	33	8	6	5	17	4
Скорее да, чем нет	16	13	34	13	11	11	23	8
Скорее нет, чем да	24	25	21	25	18	14	26	20
Нет	37	44	4	40	51	57	24	53
Затрудняюсь ответить	12	10	8	14	14	13	10	15
Баланс Δ+-	-34	-48	+42	-44	-52	-55	-10	-61

Источник: составлено автором.

Среди пользователей социальных сетей выявились существенные демографические различия в отношении санкционированных и несанкционированных акций протеста, обозначенные в таблице 50.

Таблица 50 — Намерения пользователей социальных сетей участвовать в санкционированных и несанкционированных акциях протеста («Если в ближайшее время, в Вашем населенном пункте, регионе пройдут санкционированные / несанкционированные акции протеста, то примете ли Вы в них участие?»)

В процентах

Варианты ответа	Санкционированные акции протеста							Несанкционированные акции протеста						
	все	мужчины	женщины	18-29 лет	30-44 лет	45-59 лет	60+ лет	все	мужчины	женщины	18-29 лет	30-44 лет	45-59 лет	60+ лет
Да	11	16	7	17	11	8	9	6	8	4	9	5	5	5
Скорее да, чем нет	16	17	14	21	16	12	13	11	14	8	13	13	10	5
Скорее нет, чем да	24	23	26	24	26	24	24	18	19	17	22	21	16	12
Нет	37	33	41	26	36	43	44	51	45	57	46	48	53	63
Затрудняюсь ответить	12	11	12	12	11	12	10	14	14	14	11	13	17	15
Баланс Δ+-	-34	-23	-46	-12	-35	-47	-46	-52	-42	-62	-46	-51	-54	-65

Источник: составлено автором.

Мужчины значительно больше женщин высказывали готовность участвовать как в разрешенных, так и неодобряемых властью протестных акциях. В возрастных группах относительно высокую готовность (44%) участвовать в санкционированных протестах проявляла молодежь. Однако в отношении участия в несанкционированных акциях протеста молодое поколение оказалось более сдержанным (20%), видимо не желая преступать законные требования и нести издержки наказания. При этом среди зрелого поколения показатели участия в запрещенных и одобренных акциях протеста подвержены меньшим изменениям, что может говорить о наличии опыта и большей убежденности в необходимости протестных действий. Таким образом, протестной мобилизации наиболее подвержены мужчины молодого возраста, а в случае несанкционированных акций повышается значение участия в протестных действиях мужчин зрелого возраста.

Пользователи социальных сетей главными причинами своего участия в несанкционированных акциях обозначают, прежде всего, сильное эмоциональное переживание, вызванное тревогой за жизнь и здоровье близких людей (46%), а также идейные убеждения и личные интересы (39%). Другие причины участия в несанкционированных действиях оказались гораздо менее весомыми. Если общее решение сообщества, организации и движения является основанием участия в несанкционированных действиях для значимой части (18%), то материальные стимулы подвигают к нарушению установленного порядка проведения акций меньшую часть (11%) пользователей. В гендерных группах мужчины в целом более расположены к участию в несанкционированных действиях, в большей степени выражают намерения в них участвовать, если были затронуты убеждения и интересы, затем уже возникновение опасности жизни близких людей, что отличает их от женщин. В возрастных группах молодежь особо выделяется намерением участвовать в несанкционированных акциях, подтверждая репутацию «бунтующего поколения». Общие, гендерные и возрастные распределения отражены в следующей таблице 51.

При определенных условиях большинство (73%) провластных пользователей допускает участие в несанкционированных действиях. Оппозиционными пользователями в таких действиях больше движут убеждения и интересы, чем беспокойство о близких людях. Аполитичных пользователей указанные условия также могут подтолкнуть к несанкционированным совместным действиям граждан. Таким образом, участие в несанкционированных акциях обусловлено не столько политической ориентацией, сколько причинами, затрагивающими жизненные интересы и идейные убеждения граждан, что подтверждают данные, представленные далее таблицы 52.

Таблица 51 — Мотивация участия пользователей социальных сетей в несанкционированных действиях среди гендерных и возрастных групп («По какой причине Вы можете принять участие в какой-либо несанкционированной гражданской инициативе?»)

Варианты ответа	В процентах						
	Все	Мужчины	Женщины	18-29 лет	30-44 лет	45-59 лет	60+ лет
Затронуты вопросы жизни, здоровья детей и близких	46	45	48	52	44	45	41
Затронуты убеждения и интересы	39	47	30	60	34	27	30
Общее решение общественного объединения, движения	18	20	15	20	18	18	9
Возможность заработать, по финансовым соображениям	11	13	9	11	14	11	4
Другое	1	1	1	1	2	1	0
Никакая причина не может побудить участвовать	22	20	24	16	21	26	29

Источник: составлено автором.

Таблица 52 — Мотивация участия пользователей социальных сетей в несанкционированных действиях среди ролевых и политических групп («По какой причине Вы можете принять участие в какой-либо несанкционированной гражданской инициативе?»)

Варианты ответа	В процентах					
	Все	Активисты	Участники	Провластные	Оппозиционные	Аполитичные
Затронуты вопросы жизни, здоровья детей и близких	46	43	47	38	62	46
Затронуты убеждения и интересы	39	42	39	30	67	34
Общее решение общественного объединения, движения	18	30	14	16	24	16
Возможность заработать, по финансовым соображениям	11	12	11	11	12	11
Другое	1	1	1	1	2	0
Никакая причина не может побудить участвовать	22	22	22	27	7	24

Источник: составлено автором.

Как законные, так и моральные ограничения проявляются в отношении вовлечения детей в акции протеста. Около трети (31%) пользователей социальных сетей допускает участие детей в протестных действиях, несмотря на возможные риски для их жизни. Данная весьма значительная группа либо пренебрегает возможными рисками, либо предполагает избежать силового подавления, либо намеренно провоцирует беспорядки для дискредитации власти. Среди провластных пользователей таких оказалось менее четверти (23%), среди оппозиционных пользователей – более половины (52%), среди аполитичных пользователей – более четверти (27%). Таким образом, в российском обществе примерно треть допускает нарушение формальных и неформальных норм, преследуя политические цели. Общие распределения представлены в таблице 53.

Таблица 53 — Отношение пользователей социальных сетей к участию детей в протестных акциях («Как Вы относитесь к тому, что в ряде случаев к акциям протеста привлекаются дети и подростки?»)

Варианты ответа	В процентах			
	Все	Провластные	Оппозиционные	Аполитичные
Положительно	11	7	24	8
Скорее положительно, чем отрицательно	20	16	28	19
Скорее отрицательно, чем положительно	24	23	18	26
Отрицательно	32	40	20	32
Другое	1	1	3	0
Затрудняюсь ответить	13	14	7	14
Баланс Δ+-	-25	-40	+14	-31

Источник: составлено автором.

Среди пользователей социальных сетей преобладает мнение (Δ-15%), что власть не должна препятствовать проведению несанкционированных акций протеста, задействовав правоохранительные органы. В целом менее трети (31%) приветствуют законные действия власти. Среди провластных пользователей мнения разделились примерно пополам, что выявляет значительную ситуативную лояльность и поддержку. Среди оппозиционных пользователей лишь в малая часть (10%) соглашается с законными действиями власти по наведению порядка, а подавляющее большинство (71%) их не приемлет. Указанные данные представлены в таблице 54. Представления аполитичных пользователей о должных действиях власти при приведении протестных акций склоняются в сторону противников власти. Таким образом, в цифровой среде преобладают установки пользователей, которые не одобряют силовые действия для подавления несанкционированных акций протеста.

Таблица 54 — Оценка необходимости противодействия несанкционированным акциям протеста («С Вашей точки зрения, необходимо ли властям и правоохранительным органам противодействовать несанкционированным акциям протеста?») В процентах

Варианты ответа	Все	Провластные	Оппозиционные	Аполитичные
Да	12	19	1	10
Скорее да, чем нет	19	20	9	23
Скорее нет, чем да	27	32	25	25
Нет	19	9	46	14
Другое	3	1	5	2
Затрудняюсь ответить	21	19	13	25
Баланс Δ+-	-15	-2	-61	-6

Источник: составлено автором.

Детальное рассмотрение нарушаемых государством прав и свобод граждан выявляет ряд особенностей, обозначенных в таблице 55. В целом пользователи социальных сетей больше всего недовольны тем, что составляет антураж гражданского общества и деятельности правозащитных организаций. Наибольшие части пользователей отмечают поправление принципа равенства людей перед законом (46%), нарушение свободы мирных собраний граждан (35%). В числе наиболее незащищенных в представлении пользователей также оказались права, связанные со свободой личности, (28%) неприкосновенности частной жизни (26%), участием в государственном управлении (26%), обращением в органы власти (24%), избрать и быть избранными, а также гарантирующие свободу слова (27%). В то же время обеспечение ключевых прав на жизнь и неприкосновенность жилища находятся на третьем плане, что свидетельствует об относительном благополучии общества.

Таблица 55 — Представления пользователей социальных сетей о гарантиях гражданских прав и свобод. Какие гражданские и политические права и свободы Вы считаете самыми незащищенными?

Варианты ответа	Все	Провластные	Оппозиционные	Аполитичные
1	2	3	4	5
Равенство всех перед законом	46	38	76	45
Проведение мирных собраний, митингов, демонстраций	35	30	69	31
Личная свобода	28	24	43	28
Свобода мысли и слова	27	18	62	25
Неприкосновенность частной жизни	26	25	32	26
Участие в управлении государством	26	25	43	23
Обращение в органы власти	24	19	37	25
Избирать и быть избранным	23	15	56	21
Свобода массовой информации	21	16	48	19
Достоинство личности	20	19	20	20
Право на жизнь	12	11	15	13

Продолжение таблицы 55

1	2	3	4	5
Неприкосновенность жилища	12	11	15	11
Свобода общественных объединений	12	7	31	11
Свобода передвижения	8	8	13	8
Свобода совести, вероисповедания	8	6	20	6
Этническая принадлежности	6	6	6	6
Право использования родного языка	4	4	4	3
Другое	1	2	2	1

Источник: составлено автором.

Провластные пользователи в целом значительно меньше озадачены правами и свободами человека, чем оппозиционные пользователи, педалирующие прежде всего вопросы равенства перед законом, свободы слова, информации и объединений, приватности жизни граждан. Отношение аполитичных пользователей к защищенности гражданских прав и свобод соответствует общей позиции без существенных отклонений. Пользователи социальных сетей, оценивая соотношение прав и обязанностей граждан, в своем большинстве (58%) придерживаются мнения о превалировании принуждения. Преобладание гражданских прав и свобод отмечает менее пятой (18%) части пользователей. Только около четверти (25%) пользователей отмечает достижение баланса прав и обязанностей в российском обществе. Общие распределения представлены в таблице 56.

Таблица 56 — Отношение пользователей к соблюдению обязанностей («Какие из гражданских обязанностей, на Ваш взгляд, можно соблюдать в полной мере, частично или не соблюдать?») В процентах

Варианты ответа	Конституция РФ	Уплата налогов	Охрана природы	Защита Отечества	Прохождение военной службы	Воспитание детей родителями	Забота о родителях	Сохранение культурного и исторического наследия
Необходимо соблюдать в полной мере	71	68	78	71	55	79	77	75
Можно соблюдать частично	20	22	15	18	26	14	16	17
Можно не соблюдать	9	10	8	11	19	7	7	8

Источник: составлено автором.

Вместе с тем при рассмотрении ряда обязанностей гражданина перед государством и обществом выясняется, что абсолютное большинство выражает

необходимость их полного соблюдения. На первом плане находятся не столько формальные конституционные обязанности, сколько понятные социальные обязанности, состоящие в необходимости воспитания детей и нуждающихся в заботе родителей, а также экологические установки на сохранение окружающей среды. В представленном ряде обязанностей слабее выглядят общественные убеждения в необходимости платить налоги и особенно служить в армии. Указанные данные представлены в таблице 57. В целом большинство (53%) пользователей социальных сетей считает, что обеспечение прав, свобод и интересов граждан возможно при общих усилиях самих граждан, общественных объединений и государственных органов. В большей степени к такой позиции склонны оппозиционные пользователи. Провластные и аполитичные пользователи несколько больше полагаются на государство. Оппозиционные пользователи, ратуя за свободы личности, не склонны считать защиту прав и интересов граждан личным делом. Таким образом, защита установленного правового статуса граждан возможна при взаимодействии институтов государства и общества.

Таблица 57 — Субъекты защиты прав, свобод и интересов граждан («Кто обеспечивает защиту гражданских прав, свобод, интересов?»)

В процентах

Варианты ответа	Все	Активисты	Участники	Зрители	Пассивисты	Провластные	Оппозиционные	Аполитичные
Это прежде всего, личное дело каждого	10	11	11	10	9	13	5	10
Независимые от государства общественные структуры	15	18	17	15	9	16	12	14
Органы государственной власти	22	20	19	25	22	23	14	23
Совместные усилия граждан, общественных структур и государства	53	51	52	50	60	49	68	53

Источник: составлено автором.

Результаты социологического исследования, представленные в таблице 58, показывают, что большинство (57%) допускает нарушение закона при защите прав и свобод граждан. Женщины по сравнению с мужчинами значительно больше соответствуют статусу законопослушных граждан. В гендерных группах мужчины в большей степени (63%), чем женщины (50%) допускают для себя нарушение установленных правил ради защиты гражданских прав. В возрастных группах

наибольшее пренебрежение законом обнаружилось среди представителей зрелого (61%) и старшего (57%) поколений. Пожилые и молодые люди в большей степени следуют установке на использование законных средств. Об указанных выводах свидетельствуют социологические данные, представленные в таблице 58.

Таблица 58 — Отношение пользователей социальных сетей к способам защиты прав граждан («Что допустимо для обеспечения защиты своих гражданских прав и свобод?»)

В процентах

Варианты ответа	Все	Мужчины	Женщины	18-29 лет	30-44 лет	45-59 лет	60+ лет
Для защиты все средства хороши	21	23	18	14	25	23	12
Лучше законные средства, но при необходимости закон можно нарушить	36	40	32	39	36	34	35
Необходимо использовать только законные средства	43	37	49	46	39	42	52
Другое	0	0	1	1	0	1	1

Источник: составлено автором.

В ролевых группах наибольшее пренебрежение закону при защите законных прав проявляют зрители, которые, взирая на происходящие действия со стороны, избегают издержек, рисков и ответственности. Распределения представлены в таблице 59. В противоположность зрителям участники наиболее заинтересованы в применении законных способов защиты гражданских прав. В политических группах проявились некоторые особенности, в частности, значительные доли провластных и аполитичных пользователей, допускающих применение любых средств, и низкая доля оппозиционных пользователей, видимо, более информированных об установленных правилах и возможных последствиях. Оппозиционные пользователи, имеющие большой опыт совместных действий, ведут себя более осторожно, допуская применение незаконных средств в случае необходимости. Таким образом, в целом среди пользователей с различной политической ориентацией преобладает установка на допустимость нарушения правовых норм для защиты гражданских прав, что открывает широкие возможности для протестной мобилизации и незаконных действий.

Возможность реализации гражданских инициатив часто связана с умением взаимодействовать с общественными институтами. В целом вовлеченные в общественную деятельность пользователи социальных сетей больше настроены на взаимодействие с социальными службами, инициативными группами и движениями граждан, организациями по месту работы или учебы, с органами власти и

политическими партиями. Также значительные части пользователей намерены взаимодействовать с общественными, государственными и международными благотворительными фондами, учреждениями по месту жительства, некоммерческими организациями и профсоюзами. Вовлеченные пользователи слабо были настроены на взаимодействие с иностранными НКО, религиозными объединениями, диаспорами и землячествами.

В ролевых группах среди вовлеченных в общественную деятельность активисты намерены значительно больше взаимодействовать непосредственно с общественными движениями и инициативными группами, российскими и иностранными НКО, благотворительными фондами. Участники несколько больше предпочитают реализовывать инициативы граждан во взаимодействии со службами социального обеспечения. В политических группах провластные пользователи больше ориентированы на взаимодействие с государственными структурами, включая службы социального обеспечения и органы власти. Оппозиционные пользователи явное предпочтение в реализации гражданских действий отдают общественным движениям и инициативным группам, а также НКО, благотворительным фондам и политическим партиям.

Таблица 59 — Приоритетность взаимодействия с общественными институтами пользователей социальных сетей ролевых групп активистов и участников («С какими организациями Вы предпочитаете взаимодействовать онлайн для реализации гражданских инициатив, для оказания помощи и поддержки другим людям?»)

В процентах

Варианты ответа	Все	Активисты	Участники	Провластные	Оппозиционные	Аполитичные
1	2	3	4	5	6	7
Службы социального обеспечения	23	14	26	28	15	23
Общественные движения и инициативные группы граждан	22	31	20	18	39	19
Организации по месту учебы, работы	21	24	20	22	18	22
Государственные и муниципальные органы власти	21	25	20	25	19	18
Политические партии	21	23	20	22	27	17
Негосударственные благотворительные фонды	18	26	16	12	31	17
Организации по месту жительства	16	17	16	18	15	15
Государственные благотворительные фонды	15	17	14	16	7	17
Российские некоммерческие организации	12	22	10	10	24	9
Международные благотворительные фонды	12	19	10	10	15	12
Российские некоммерческие организации	12	22	10	10	24	9

Продолжение таблицы 59

1	2	3	4	5	6	7
Профсоюзы	11	16	10	14	10	9
Зарубежные некоммерческие организации	8	14	7	8	11	7
Этнические общины или землячества	6	8	5	5	8	5
Церковные организации, религиозные сообщества	5	8	4	7	3	5

Источник: составлено автором.

По мере вовлечения числа граждан в цифровую среду коммуникаций офлайн- и онлайн-аудитории стали все большего совпадать, поэтому результаты онлайн- и офлайн-опросов стали в значительной степени соответствующими по генеральной совокупности и структуре репрезентативной выборки. Так или иначе общественное мнение среди пользователей социальных сетей соотносится с общественным мнением в реальном мире. Увеличение времени нахождения пользователей в цифровой среде приводит к большей взаимной обусловленности формирования общественного мнения. Образование гибридного пространства общения и действий создает основания для использования социологических данных, полученных традиционными методами, в исследованиях цифрового участия.

Влияние институтов на общество во многом зависит от степени доверия либо недоверия граждан к ним. Согласно мониторингу ВЦИОМ, данные которого представлены в таблице 60, в начале рассматриваемого периода среди основных институтов наибольшим доверием пользовались СМИ ($\Delta+25\%$) и армия ($\Delta+25\%$), а наименьшим судебная система ($\Delta-15\%$), правоохранительные органы ($\Delta-14\%$) и политические партии ($\Delta-14\%$). К 2023 году доверие к основным общественным институтам кардинально изменилось и в совокупности возросло более чем в три раза. Наилучший баланс доверия показали армия (2023 год $\Delta+67\%$, минимум 2011 г. $\Delta+17\%$, максимум 2017 год $\Delta+84\%$), РПЦ (2023 год $\Delta+44\%$, минимум 2021 год $\Delta+32\%$, максимум 2017 год $\Delta+67\%$), правоохранительные органы (2023 год $\Delta+44\%$, минимум 2011 год $\Delta-15\%$, максимум 2017 год $\Delta+32\%$). Существенно улучшили отношение к себе, выйдя из отрицательных значений Общественная палата ($\Delta-4\%$ 2011 год и $\Delta+23\%$ 2023 год), партии ($\Delta-16\%$ 2011 год и $\Delta+14\%$ 2023 год), суды ($\Delta-18\%$ 2011 год и $\Delta+8\%$ 2023 год) и профсоюзы ($\Delta-14\%$ 2011 год и $\Delta+9\%$ 2023 год). Значительное падение доверия в общественном мнении произошло в отношении СМИ ($\Delta+25\%$ 2010 год, максимум 2014 год $\Delta+43\%$, минимум 2021 год $\Delta+3\%$, 2023 г. $\Delta+9\%$). Таким образом, общественные институты, связанные с властью, упрочили свое влияние, завоевав в целом высокий уровень доверия граждан.

Таблица 60 — Степень доверия и недоверия общественным институтам («Вы в целом одобряете или не одобряете деятельность ...?»)

В процентах

Варианты ответа	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.
Одобрение														
Российская армия	52	48	56	59	73	79	84	89	86	83	80	77	78	77
Русская православная церковь	-	-	67	65	70	71	71	74	69	65	59	57	60	63
Органы правопорядка	33	33	38	41	50	52	53	60	56	54	52	49	54	55
Средства массовой информации	53	53	58	58	65	64	62	65	57	52	46	43	45	44
Общественная палата	25	24	34	34	41	41	39	52	41	40	40	36	39	39
Судебная система	27	26	32	34	40	40	39	44	36	36	36	35	37	39
Профсоюзы	25	25	31	33	36	37	37	40	32	34	35	33	32	33
Политические партии	26	26	32	32	39	43	43	48	36	35	36	34	37	38
Оппозиция	-	-	-	26	27	31	32	38	31	33	32	30	28	26
Неодобрение														
Российская армия	27	31	28	27	15	11	9	6	5	8	10	11	11	11
Русская православная церковь	-	-	14	17	14	14	16	15	16	21	26	25	21	19
Органы правопорядка	47	48	47	45	34	33	34	28	26	31	32	33	26	24
Средства массовой информации	28	29	30	30	22	24	27	25	28	35	41	40	35	35
Общественная палата	25	28	28	31	24	21	24	18	17	22	25	26	17	16
Судебная система	42	44	45	46	37	37	39	37	36	40	40	41	33	31
Профсоюзы	37	38	38	39	33	31	31	30	32	34	33	32	26	23
Политические партии	39	42	42	43	33	29	32	28	30	38	37	38	26	24
Оппозиция	-	-	-	46	44	39	38	39	39	40	42	43	38	37
Баланс Δ+-														
Российская армия	25	17	27	32	58	68	75	84	81	75	70	66	66	67
Русская православная церковь	-	-	52	49	57	57	55	59	53	44	33	32	39	44
Органы правопорядка	-14	-15	-9	-4	16	20	20	32	30	22	21	16	28	32
Средства массовой информации	25	25	28	29	43	40	35	40	28	17	5	3	10	9
Общественная палата	-	-4	6	2	18	20	15	34	24	18	15	10	22	23
Судебная система	-15	-18	-14	-12	2	2	-1	7	-1	-5	-4	-7	4	8
Профсоюзы	-11	-14	-7	-7	3	6	6	10	1	-1	2	0	6	9
Политические партии	-14	-16	-10	-11	7	14	12	20	6	-2	-1	-4	11	14
Оппозиция	-	-	-	-20	-18	-8	-6	-1	-8	-8	-11	-13	-10	-11

Источник: рассчитано автором по данным ВЦИОМ [596].

Таблица 61 — Степень доверия и недоверия политическим институтам («В целом Вы одобряете или не одобряете деятельность...?»)

В процентах

Варианты ответа	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.
Одобрение														
Президент России	70	61	63	63	82	87	82	83	71	64	63	60	75	76
Председатель Правительства России	72	63	61	53	66	69	58	54	39	38	41	41	51	53
Правительство России	50	47	51	48	62	66	57	59	45	41	37	35	49	51
Государственная Дума России	34	29	35	35	46	49	46	52	38	36	38	34	49	48
Совет Федерации России	33	27	34	34	45	49	46	56	42	41	41	38	48	48
Неодобрение														
Президент России	17	27	27	29	12	8	13	10	20	27	28	29	16	15
Председатель Правительства России	17	25	28	36	22	19	31	31	43	48	14	17	11	10
Правительство России	29	35	34	39	24	22	32	29	39	46	28	30	19	18
Государственная Дума России	41	45	43	47	33	29	37	33	39	47	44	47	30	29
Совет Федерации России	30	33	34	37	25	21	26	18	23	32	33	34	22	21
Баланс Δ+-														
Президент России	53	34	37	35	69	80	69	73	51	37	35	31	60	60
Председатель Правительства России	55	38	33	17	44	51	27	23	-5	-10	28	24	40	43
Правительство России	21	12	18	8	37	44	25	29	6	-5	9	5	31	33
Совет Федерации России	3	-6	0	-4	19	28	20	38	18	8	9	3	26	26
Государственная Дума России	-7	-16	-8	-12	13	20	9	19	-2	-11	-6	-12	18	19

Источник: рассчитано автором по данным ВЦИОМ [596].

Степень доверия к главным политическим институтам сильно различается, о чем свидетельствуют данные из таблицы 61. Президент России в общественном сознании олицетворяет национального лидера, пользуясь высоким уровнем доверия. Однако его рейтинг доверия также подвержен текущим изменениям (2010 год Δ+53%, максимум 2015 год Δ+80%, минимум 2021 год Δ+31%, 2023 год Δ+60%). Рейтинг доверия председателя Правительства России показывал еще больший диапазон значений (максимум 2010 год Δ+55%, минимум 2019 год Δ-10%, 2023 год Δ+43%). Данные политические институты как высшие должности в государстве персонифицированы, что предполагает доверие не столько к статусу, сколько к личности, которая берет на себя ответственность за политику государства. Коллективные политические институты Правительства, Совета Федерации и

Государственной Думы России пользуются заметно меньшим доверием граждан. Принятие ими непопулярных решений сильно сказывалось на их авторитете среди граждан. Однако в последние два года они вышли из отрицательных значений доверия граждан, преодолевая негативное отношение прошлых лет.

Идентичности. Пользователи социальных сетей образуют сообщества либо присоединяются к сообществам, исходя из своих интересов и индивидуальных потребностей. Расположенность пользователей к несвязанной с политикой деятельности проявляется в участии в онлайн-сообществах различной направленности. Так пользователи заметно меньше объединялись в политические сообщества, мобилизующих сторонников партий и кандидатов, а также в правозащитные сообщества, отстаивающие права человека и различных меньшинств. Наиболее востребованными оказались сообщества, нацеленные на решение местных проблем жителей города или района и волонтерскую работу по помощи нуждающимся или бедствующим людям. Несколько меньше оказались востребованы экологические сообщества, ориентированные на борьбу за сохранение природы и безопасную среду проживания. При этом следует учитывать, что пользователи могут состоять постоянно или периодически в нескольких сообществах. Общие распределения по данному параметру представлены в таблице 62.

Таблица 62 — Участие пользователей в деятельности онлайн-сообществ различной направленности («Участвовали ли Вы в деятельности онлайн-сообществ в социальных медиа для реализации гражданских и политических инициатив за последние два года?») В процентах

Варианты ответа	Местные сообщества	Волонтерские сообщества	Экологические сообщества	Правозащитные сообщества	Политические сообщества
Активно участвовал (часто размещал, комментировал и читал сообщения)	24	23	19	17	15
Редко участвовал (иногда размещал, комментировал и читал сообщения)	35	35	35	31	31
Не участвовал (не размещал, не комментировал и не читал сообщения)	41	42	46	52	54

Источник: составлено автором.

В определении контекста политической мобилизации следует учитывать особенности формирования сообществ в социальных медиа. Рейтинг общественных проблем не предопределяет готовность пользователей социальных сетей

объединяться для их решения. Согласно социологическим данным, представленным в таблице 63, в цифровой среде коммуникаций пользователи более расположены образовывать сообщества для решения экологических проблем (33%) и защиты животных (26%), социально-экономических (25%) и политических (25%) проблем. В гендерных группах мужчины выражают большую готовность объединяться в сообщества для решения экологических, социально-экономических и политических проблем, а женщины больше расположены образовывать сообщества для решения проблем в образовании и культуры. Таким образом, при мобилизации сторонников следует учитывать не только насущность общественных проблем, но и профиль формируемых сообществ пользователей в социальных сетях.

Таблица 63 — Объединяющие пользователей социальных сетей общественные проблемы в гендерных и возрастных группах («Какие проблемы в стране, регионе, поселении объединили Вас с другими гражданами?»)

В процентах

Варианты ответа	Все	Мужской	Женский	18-29 лет	30-54 лет	50 лет и старше
Экологическая ситуация	33	36	29	37	32	30
Защита животных	26	25	26	25	25	26
Социально-экономическая ситуация	25	28	21	24	25	25
Политическая ситуация	24	31	17	27	24	22
Чрезвычайная ситуация природного или техногенного характера	18	18	17	15	18	20
Защита прав граждан	17	19	16	22	12	18
Проведение и подведение итогов выборов	16	17	14	16	13	18
Ситуация в сфере образования	15	11	20	12	19	15
Ситуация в сфере культуры	14	12	16	20	8	14
Ситуация в сфере здравоохранения	12	11	13	9	11	16
Защита прав сексуальных меньшинств	3	2	3	6	2	2
Защита прав представителей этнических меньшинств	2	3	1	2	1	3
Другое	3	2	3	2	3	3

Источник: составлено автором.

В ролевых и политических группах распределение объединяющих проблем выглядит иначе. Активисты были склонны использовать для совместных действий проблемы защиты животных, прав граждан и сексуальных меньшинств, а также политическую ситуацию, состояние сфер образования, культуры и здравоохранения. Участники по своим предпочтениям в объединяющих проблемах схожи с общими показателями, что указано в таблице 64. В политических группах провластные

пользователи больше настроены на объединение усилий для решения проблем экологии и чрезвычайной ситуации. Оппозиционные пользователи намерены воспользоваться политическими и социально-экономическими проблемами, будировать темы защиты прав граждан и «нечестных выборов». Аполитичные пользователи настроены объединяться для решения проблем в сферах образования и культуры. Таким образом, в ролевых и политических группах складываются свои представления о приоритетных темах и программе совместных действий. Лидеры каждой группы, продвигая избранный набор общественных проблем, конструируют свой образ сообщества отличный от других.

Таблица 64 — Объединяющие пользователей социальных сетей общественные проблемы в ролевых и политических группах «Какие проблемы в стране, регионе, поселении объединили Вас с другими гражданами?»)

В процентах

Варианты ответа	Все	Активисты	Участники	Провластные	Оппозиционные	Аполитичные
Экологическая ситуация	33	27	34	37	28	32
Защита животных	26	31	24	28	18	27
Социально-экономическая ситуация	25	26	24	20	34	24
Политическая ситуация	24	26	24	20	51	16
Чрезвычайная ситуация природного или техногенного характера	18	14	19	26	14	13
Защита прав граждан	17	23	15	9	28	18
Проведение и подведение итогов выборов	16	16	15	11	32	12
Ситуация в сфере образования	15	19	14	15	6	19
Ситуация в сфере культуры	14	19	12	14	8	16
Ситуация в сфере здравоохранения	12	15	11	11	14	12
Защита прав сексуальных меньшинств	3	6	2	2	4	3
Защита прав представителей этнических меньшинств	2	4	2	3	1	2
Другое	3	2	3	3	2	3

Источник: составлено автором.

Пользователи социальных сетей испытывали доверие, прежде всего, к волонтерским организациям ($\Delta+47\%$) и гражданской акции исторической памяти «Бессмертный полк» ($\Delta+44\%$). Высоким доверием также пользуются

благотворительные фонды «Подари жизнь» ($\Delta+36\%$) и «Память поколений» ($\Delta+26\%$), патриотический проект «Волонтеры Победы» ($\Delta+33\%$), экологические организации «Всемирный фонд дикой природы» ($\Delta+33\%$) и «Гринпис» ($\Delta+30\%$). Если наибольшее доверие вызывали волонтерские организации, то с наибольшим недоверием пользователи относились к политическим партиям ($\Delta-14\%$). Относительно низким доверием пользовались выступающий против власти Фонд борьбы с коррупцией (ФБК) ($\Delta+8\%$) и имитирующая наблюдение за выборами организация «Голос» ($\Delta+3\%$), а также правозащитные организации «Гражданская инициатива» ($\Delta+6\%$) и «Гражданская законотворческая инициатива» ($\Delta+6\%$). В числе аутсайдеров оказались также гражданские организации в системе власти «Общероссийский народный фронт» ($\Delta+3\%$) и Общественная палата РФ ($\Delta-3\%$). Указанные распределения представлены в таблице 65.

Примечания

1 Здесь и далее организация «Фонд борьбы с коррупцией» признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации.

2 Здесь и далее общероссийское общественное движение в защиту прав избирателей «Голос» признано иностранным агентом на территории Российской Федерации.

Таблица 65 — Доверие пользователей социальных сетей к общественным организациям и проектам («Каким из известных Вам общественных структур Вы доверяете?») В процентах

Варианты ответа	Полностью доверяю	Скорее доверяю	Трудно сказать, доверяю или нет	Скорее не доверяю	Полностью не доверяю	Баланс $\Delta+/-$
Гражданская экспертиза	8	17	57	13	6	+6
Гражданская законотворческая инициатива	6	20	54	13	7	+6
Волонтеры Победы	18	33	30	11	7	+33
Бессмертный полк	33	27	24	9	7	+44
Фонд борьбы с коррупцией	14	22	36	17	11	+8
Организация «Голос»	11	14	54	12	10	+3
Общественная палата РФ	8	20	42	21	10	-3
Общероссийский народный фронт	11	17	47	14	11	+3
Благотворительный фонд «Подари жизнь»	21	31	31	10	6	+36
Благотворительный фонд «Память поколений»	14	28	42	10	6	+26
Всемирный фонд дикой природы (WWF) в России	18	29	39	10	4	+33
Гринпис (Greenpeace) в России	19	28	36	11	6	+30
Волонтерское движение	26	33	30	7	5	+47
Политические партии	8	15	41	22	15	-14

Источник: составлено автором.

Уровень доверия во многом обуславливает желание людей участвовать в деятельности общественных организаций. Пользователи социальных сетей отмечают наиболее активное участие в акции исторической памяти «Бессмертный полк», волонтерском движении, патриотическом проекте «Волонтеры Победы» и благотворительных акциях фонда «Подари жизнь», экологической организации «Гринпис». Выпадают из общего ряда объединяющих организаций с высоким доверием политические партии, Общероссийский народный фронт, Общественная палата Российской Федерации и Гражданская экспертиза. Полные данные представлены в таблице 66. Наиболее привлекательными общественными объединениями, в деятельность которых пользователи намерены были включиться, оказались экологические организации Всемирный фонд дикой природы и Гринпис, Фонд борьбы с коррупцией, благотворительные фонды «Подари жизнь» и «Память поколений».

Таблица 66 — Участие пользователей социальных сетей в деятельности общественных организаций и реализации гражданских проектов («В деятельности каких общественных объединений и реализации каких проектов Вы принимали, принимаете или хотели бы принимать участие?»)

В процентах

Варианты ответа	Участвовал(а) в прошлом	Участвую в настоящее время	Хотел(а) бы участвовать	Не участвовал(а) и не участвую
Гражданская экспертиза	8	11	20	62
Гражданская законодательная инициатива	6	10	22	62
Волонтеры Победы	12	16	22	50
Бессмертный полк	26	21	21	33
Фонд борьбы с коррупцией	7	9	30	54
Организация «Голос»	5	10	18	67
Общественная палата РФ	9	11	23	57
Общероссийский народный фронт	6	11	19	65
Благотворительный фонд «Подари жизнь»	12	13	26	50
Благотворительный фонд «Память поколений»	8	10	24	58
Всемирный фонд дикой природы (WWF) в России	7	8	34	52
Гринпис (Greenpeace) в России	6	12	29	54
Волонтерское движение	15	18	25	41
Политические партии	9	14	22	56

Источник: составлено автором.

Важным фактором политической мобилизации выступает гражданская идентичность, которая при возникновении внутренних вызовов и внешних угроз способствует консолидации общества. Одной из составляющих гражданской идентичности являются патриотические настроения, которые характеризуют

отношение к своей стране, большой общности людей, проживающей на ее территории. Согласно данным мониторинга ВЦИОМ, представленным в таблице 67, абсолютное большинство российских граждан в рассматриваемый период считают себя патриотами страны. Между тем патриотические настроения в российском обществе претерпевали заметные изменения (минимум 2016 год $\Delta+62\%$, максимум 2022 год $\Delta+87\%$). Высокий уровень патриотизма в последние два года показывает эффект «сплочения вокруг флага» российских граждан в условиях международной напряженности. В сложившейся ситуации под внешним давлением патриотические настроения способствуют консолидации граждан вокруг национального лидера. В результате потенциал политической мобилизации провластных граждан существенно усиливается, а потенциал оппозиции значительно ослабляется, что подтверждают социологические данные ВЦИОМ, представленные в таблице 67.

Таблица 67 — Динамика патриотических настроений российских граждан («Как бы Вы сами себя охарактеризовали — как патриота своей страны или нет?») В процентах

Варианты ответа	2010 г.	2011 г.	2013 г.	2014 г.	2016 г.	2018 г.	2020 г.	2022 г.	2023 г.
Да, безусловно	41	41	37	44	46	51	46	54	52
Скорее да	43	39	44	39	34	41	43	38	39
Скорее нет	9	14	12	11	12	4	6	4	4
Безусловно, нет	1	3	2	2	6	1	2	1	1
Затрудняюсь ответить	6	3	5	4	2	3	3	3	4
$\Delta+/-$	+74	+63	+67	+70	+62	+86	+81	+87	+86

Источник: рассчитано автором по данным ВЦИОМ [600].

В гендерных группах патриотические настроения в равной степени выражены как среди мужчин, так и среди женщин. В возрастных группах среди зрелого, старшего и пожилого поколений доля тех, кто считает себя патриотом, близка к абсолютным значениям ($\Delta+88\%$, $+88\%$, $+89\%$, соответственно). В сопоставлении с этими показателями для молодежи общественный статус патриота обладает несколько меньшей ($\Delta+78\%$) привлекательностью, но по показателю также обладает весьма высокой значимостью. Для большей части российских граждан быть патриотом означает работать во благо процветания страны (48%). Значительные части граждан считают, что быть патриотом означает защищать страну от нападков (38%), при этом говорить о ней всю правду (32%). Многие отмечают, что быть патриотом означает ощущать себя частью страны (32%), стремиться улучшить ее

положение (31%) и считать ее лучше других (18%). Таким образом, патриотизм включает как деятельностные, так и ценностные характеристики [601].

Ценности. Сформированные в процессе социализации индивидов ценности образуют жизненные ориентиры. Как показывают социологические данные, большинство российских пользователей социальных сетей придерживается традиционной системы ценностей, ориентированной на социальность, деятельность и нравственность. Приоритетность ценностей указывает на особую важность для индивидов близкого социального окружения. Главной ценностью из предложенного набора оказалась счастливая семья, а в число ведущих ценностей попали надежные друзья. Особую важность для пользователей представляют ценности, связанные с трудовой деятельностью: любимое дело и интересная работа. В числе ведущих ценностей оказалась также моральная установка на честность. Набор важных жизненных установок дополняют позитивные ценности, ориентированные на получение хорошего образования и расширение представления об окружающем мире. Такие ценности как сделать карьеру, создать бизнес и стать богатым оказались для пользователей второстепенными жизненными целями, а амбициозные намерения войти в референтные круги элиты, власти и знаменитостей слабо выраженными. Общие, гендерные и возрастные распределения представлены в таблице 68.

Таблица 68 — Жизненные ценности пользователей социальных сетей в гендерных и возрастных группах («Что для Вас важнее всего в жизни?»)

Варианты ответа	Все	Мужчины	Женщины	В процентах			
				18-29 лет	30-44 лет	45-59 лет	60+ лет
Счастливая семья	59	55	63	75	54	52	64
Надежные друзья	38	38	38	64	30	31	32
Любимое дело	36	35	37	51	29	31	40
Честно прожить	35	36	35	29	33	36	48
Интересная работа	35	34	35	48	33	32	24
Посмотреть мир	23	18	27	40	21	17	15
Хорошее образование	21	20	22	24	20	21	19
Сделать карьеру	14	15	13	29	12	9	5
Свободное время	11	10	11	12	10	12	7
Собственный бизнес	10	15	6	19	10	7	6
Стать богатым	10	11	10	18	12	6	5
Стать элитой	4	4	3	7	4	1	2
Войти во власть	4	6	3	7	4	3	1
Стать знаменитым	3	3	2	6	3	1	1
Другое	2	2	1	2	1	1	1

Источник: составлено автором.

В гендерных группах женщины в большей степени чем мужчины следуют ценностным установкам на образование счастливой семьи и посмотреть мир. Мужчины испытывают значительно большее намерение создать свой бизнес. В возрастных группах молодежь выделяется большим желанием жить счастливой семьей и в кругу надежных друзей, заниматься любимым делом и интересной работой, путешествовать по миру. Молодое поколение также отличается более выраженными намерениями сделать карьеру, создать свой бизнес и стать богатыми. В ролевых группах активистов больше мотивируют в жизни любимое дело и интересная работа, надежные друзья и моральная установка на честность. Участники больше следуют ценностным установкам на счастливую семью и надежных друзей, любимое дело и честность. Если активисты и участники по психотипу в большей степени соответствуют экстравертам, то зрители в большей степени интровертам, которые не отличаются выраженными стремлениями и желанием бурной деятельности. В сравнении с этими ролевыми группами пассивисты составляют определенную «среднюю норму», которая соответствует общим показателям ценностных установок. По своему ценностному набору пассивисты не являются асоциальными элементами, а скорее склонны преследовать сугубо собственные интересы. Общие, ролевые и политические распределения представлены в таблице 69.

Таблица 69 — Жизненные ценности пользователей социальных сетей в ролевых и политических группах («Что для Вас важнее всего в жизни?»)

Варианты ответа	В процентах							
	Все	Активисты	Участники	Зрители	Пассивисты	Провластные	Оппозиционные	Аполитичные
Счастливая семья	59	62	76	45	57	59	79	55
Надежные друзья	38	46	47	29	35	38	52	34
Любимое дело	36	54	43	25	36	35	53	33
Честно прожить	35	41	41	32	30	35	46	33
Интересная работа	35	49	38	30	32	32	42	35
Посмотреть мир	23	29	31	17	18	22	33	21
Хорошее образование	21	25	21	19	21	22	21	20
Сделать карьеру	14	19	17	12	10	13	17	13
Свободное время	11	13	11	8	13	8	10	12
Собственный бизнес	10	13	13	9	8	9	15	10
Стать богатым	10	14	10	10	8	10	12	10
Стать элитой	4	6	4	3	2	2	7	4
Войти во власть	4	6	4	5	2	3	10	4
Стать знаменитым	3	6	2	3	2	2	2	3
Другое	2	2	2	1	2	1	4	1

Источник: составлено автором.

Сформированные в процессе социализации под общественным влиянием ценности образуют идейные комплексы в массовом сознании. Пользователи социальных сетей из представленных наборов политических ценностей выбрали наиболее предпочтительные модели государства. В числе наиболее важных, по результатам опроса, представленным в таблице 70, оказались модель социального государства, соответствующая положениям Конституции России, модель либеральной демократии, навязываемая странами Запада, модель народовластия, носимая КПРФ, и модель единого суверенного государства, продвигаемая действующей властью. Утопическая модель счастливой страны была встречена пользователями весьма скептически. Консервативная модель возрождения былого державного величия и духовных традиций народа не получила значимой поддержки. Фашистская модель национального превосходства и тотального порядка оказалась явным аутсайдером общественных предпочтений. Таким образом, политическое сознание пользователей социальных сетей было настроено в наибольшей степени поддерживать государственную политику, следуя конституционному либо либеральному набору ценностей.

Таблица 70 — Ценностные профили моделей государства в гендерных и возрастных группах пользователей социальных сетей («Какие наборы политических ценностей важны для Вас в первую очередь?»)

Варианты ответа	В процентах						
	Все	Мужчины	Женщины	18-29 лет	30-44 лет	45-59 лет	60+ лет
Социальное государство, справедливость, благосостояние	22	24	21	18	27	22	20
Демократия, свобода, права человека	19	21	18	32	19	14	13
Народовластие, равенство, труд	19	18	19	12	18	24	17
Единая страна, сильное государство, стабильность	13	11	15	7	12	14	25
Процветающая страна, счастье, мир	10	8	12	11	8	11	9
Держава, народ, духовность, традиции	6	6	6	3	6	6	9
Прогрессивное государство, технологии, развитие	4	5	3	9	4	3	3
Национальное государство, превосходство, порядок	2	3	2	3	2	3	2
Другое	1	1	0	1	1	0	0
Затрудняюсь ответить	4	3	5	4	4	4	2

Источник: составлено автором.

Если в гендерных группах существенных отклонений предпочтений ценностных моделей государства от общих показателей не отмечено, то в возрастных группах выделяется молодое поколение своим пристрастием к либеральным ценностям и пожилое поколение своим неприятием либеральных ценностей. Указанные распределения в полном виде представлены в таблице 71. Зрелое поколение заметно большее предпочтение отдает конституционному набору ценностей социального государства. Старшее поколение склоняется больше к поддержке модели народовластия, а пожилое поколение с большей готовностью намерена отстаивать модель единой страны, уповая на сохранение стабильности. В ролевых группах активистов и участников больше мотивирует набор ценностей либеральной демократии, зрители больше склоняются к народовластию. Активисты заметно больше пренебрегают официальными ценностями государственного единства. Пассивисты напротив больше настроены на поддержку продвигаемой властью ценности единства и не расположены к либеральным ценностям. В политических группах оппозиционные пользователи явно руководствуются либеральным набором ценностей и не приемлют коммунистические ценности народовластия, официальные ценности единого государства и консервативные ценности возрождения державности, маркируя их как идейные конструкторы авторитарных режимов. Таким образом, в массовом сознании пользователей находят отражение основные идейные течения, сконструированные из ценностей, но восприятие социальными и политическими группами имеет существенные различия.

Таблица 71 — Ценностные профили моделей государства в ролевых и политических группах пользователей социальных сетей («Какие политические ценности важны для Вас в первую очередь?»)

Варианты ответа	В процентах							
	Все	Активисты	Участники	Зрители	Пассивисты	Провластные	Оппозиционные	Аполитичные
Социальное государство, справедливость, благосостояние	22	22	20	24	23	19	21	25
Демократия, свобода, права человека	19	28	26	16	12	19	35	16
Народовластие, равенство, труд	19	11	17	22	19	20	10	20
Единая страна, сильное государство, стабильность	13	8	13	11	19	17	6	12
Процветающая страна, счастье, мир	10	12	9	9	11	10	12	9
Держава, народ, духовность, традиции	6	8	6	5	6	6	3	7
Прогрессивное государство, технологии, развитие	4	6	4	4	5	3	5	5
Национальное государство, превосходство, порядок	2	3	1	3	3	2	3	3
Другое	1	1	1	0	0	0	3	0
Затрудняюсь ответить	4	1	3	6	2	4	2	3

Источник: составлено автором.

Согласно социологическим данным ВЦИОМ, представленным в таблице 72, в 2023 году ключевой ценностью для абсолютного большинства (68%) российских граждан была крепкая семья. Данная ценность оказалась в большем приоритете среди женщин, молодежи рабочего возраста, зрелого и старшего поколений. Для российских граждан оказалось весьма важным испытывать гордость за страну (31%), хранить историческую память (31%) и способствовать единению народов России (28%), соблюдать права и свободы человека, гарантировать жизнь и достоинство (29%), данные ценности образуют должное представление о государстве. В ряду важных оказались также ценности, связанные с должным представлением о качествах людей: дорожить дружбой (29%), настроиться на самореализацию (27%) и развитие (21%), быть милосердным и гуманным (26%). В свою очередь общественные установки на приоритет духовных ценностей над материальными (18%), созидательный труд (13%) и коллективизм (7%) оказались не столько востребованными в настоящее время [607].

Таблица 72 — Ценностные ориентиры российских граждан («Выберите ценности, которые являются наиболее важными для Вас, до 5 ответов»)

Варианты ответа	В процентах							
	Все	Мужской	Женский	18-24 лет	25-34 лет	35-44 лет	45-59 лет	60+ лет
Крепкая семья	68	61	73	57	74	77	71	58
Гордость за страну	31	28	34	25	21	33	34	35
Историческая память и преемственность поколений	31	30	32	22	26	35	33	32
Жизнь, достоинство, права и свободы человека	29	27	31	30	38	36	28	22
Дружба	29	28	30	40	37	30	29	21
Единство народов России	28	25	29	20	20	30	27	32
Самореализация	27	26	27	50	43	30	22	11
Милосердие, гуманизм	26	18	32	26	26	25	28	25
Развитие	21	21	21	33	31	25	19	11
Приоритет духовного над материальным	18	16	20	10	14	15	24	19
Созидательный труд	13	15	12	9	13	16	16	11
Коллективизм	7	9	5	10	7	8	6	7
Другое	5	6	4	4	5	3	5	6
Затрудняюсь ответить	3	3	2	1	2	1	2	5

Источник: составлено автором по данным ВЦИОМ [607].

Контекст. Общий контекст складывается из нескольких составляющих, диагностирующих общественные настроения, установки и проблемы. Согласно данным исследования, представленным в таблице 73, среди российских пользователей социальных сетей наблюдался высокий уровень (Δ -31%)

общественного недовольства ситуацией в стране. Даже среди провластных пользователей выявились неоднозначные оценки, свидетельствующие о существенном недовольстве ($\Delta-1\%$). Среди наиболее многочисленной группы аполитичных пользователей уровень общественного недовольства ситуацией в стране оказалась весьма высоким ($\Delta-42\%$). Однако в оценках изменений личной жизни наблюдалось несколько иное распределение, в котором преобладали оптимистичные настроения. В целом наблюдался положительный баланс ($\Delta+12\%$) оценок своей жизнью. Среди провластных пользователей в оценках личной жизни существенно преобладают положительные оценки ($\Delta+21\%$). Еще большее удовлетворение личной жизнью ($\Delta+34\%$) испытывали оппозиционные пользователи. В отличие от провластных и оппозиционных пользователей аполитичные воспринимали личную жизнь гораздо менее оптимистично. Таким образом, в оценках положения дел в стране и в личной жизни проявился разрыв, который выявляет назревание протестных настроений в обстановке общественного недовольства.

Таблица 73 — Уровень недовольства положением в стране и в личной жизни («Если говорить в целом, Вы довольны или не довольны положением дел в стране/в своей жизни?»)
В процентах

Варианты ответа	В стране				В своей жизни			
	все	провластные	оппозиционные	аполитичные	все	провластные	оппозиционные	аполитичные
Безусловно довольны	6	9	2	3	12	17	10	8
Скорее довольны	23	35	9	19	39	40	54	35
Скорее не довольны	28	22	32	31	20	16	25	22
Безусловно не довольны	32	24	55	33	19	20	5	22
Затруднились ответить	11	10	3	14	10	7	6	13
Индекс недовольства $\Delta+-$	-31	-2	-76	-42	+12	+21	+34	-1

Источник: составлено автором.

Общественные установки пользователей социальных сетей проявились в оценках тенденций развития страны и личного благополучия. В целом в отношении развития страны негативные оценки значительно преобладали над позитивными оценками ($\Delta-43\%$). Среди провластных пользователей негативные оценки оказались менее значительными, но баланс оценок оказался также отрицательным ($\Delta-25\%$). В узком кругу оппозиционных пользователей негативные

оценки ситуации в стране были подавляющими (Δ -78%). Среди аполитичных пользователей негативные оценки также были сильно выраженными (Δ -48%). Такое отношение пользователей социальных сетей фиксирует кризисную ситуацию в развитии страны. В сравнении с оценками тенденций в стране ситуацию в личной жизни пользователи воспринимают более оптимистично (Δ -4%). Среди провластных пользователей положительные оценки ситуации в личной жизни лишь немного превышали отрицательные (Δ +2%). Тогда как среди оппозиционных пользователей оптимистичные оценки личного благополучия оказались преобладающими (Δ +11%). В противоположность оппозиционным пользователям аполитичные пользователи оказались более пессимистичными (Δ -11%) в отношении развития ситуации стране. Распределения оценки ситуации представлены в таблице 74.

Таблица 74 — Оценка изменений ситуации в стране и в личной жизни («Как Вы считаете, ситуация сейчас улучшается, ухудшается или остается без изменений в стране? / в своей жизни?»)

Варианты ответа	В процентах							
	В стране				В своей жизни			
	все	провластные	оппозиционные	аполитичные	все	провластные	оппозиционные	аполитичные
Безусловно улучшается	4	7	1	3	7	10	5	6
Скорее улучшается	11	16	5	8	21	23	30	17
Остается без изменений	16	20	8	16	31	31	36	30
Скорее ухудшается	30	26	40	30	15	13	19	16
Безусловно ухудшается	28	22	44	29	17	18	5	18
Затрудняюсь ответить	11	9	2	14	9	5	5	13
Индекс изменений Δ +-	-43	-25	-78	-48	-4	+2	+11	-11

Источник: составлено автором.

Социальный контекст политической мобилизации раскрывается в представлениях пользователей о степени важности различных общественных проблем. По данным социологического исследования, в стране пользователей волновали в первую очередь проблемы, связанные с коррупцией (35%), бедностью (32%) и ростом цен (30%). Тогда как в личной жизни пользователей больше беспокоят проблемы роста цен (36%) и качества медицинских услуг (28%). Такие различия могут объясняться как более частым обсуждением пользователями определенных проблем, так и информационным нагнетанием интереса к теме. Тему коррупции и бедности в стране активно продвигают оппозиционные пользователи,

хотя относительно их личной жизни эти проблемы отходят на второй и третий план, соответственно. Во вторую очередь в стране пользователи обозначали проблемы качества здравоохранения (19%), социального расслоения (18%), обнищание людей (17%), рост безработицы (15%), качество образования (12%) и защита прав граждан (11%). В личной жизни выявился иной порядок тяжести проблем: образование (18%), коррупция (17%), бедность (16%), безработица (14%), расслоение (13%), нравственность (13%) и экология (13%). Таким образом, выявились существенные расхождения в восприятии общественных проблем в стране и личной жизни, что следует учитывать при рассмотрении контекста политической мобилизации и последующих совместных действий.

Таблица 75 — Оценка пользователями социальных сетей гражданских прав и свобод в стране («Удовлетворены ли Вы в целом состоянием гражданских прав и свобод в современной России?»)

В процентах

Варианты ответа	Все	Мужчины	Женщины	18-29 лет	30-44 лет	45-59 лет	60+ лет
Удовлетворен	5	5	5	4	5	3	14
Скорее удовлетворен	20	20	20	21	17	21	23
Скорее не удовлетворен	25	22	27	30	24	25	20
Не удовлетворен	28	35	22	36	31	24	22
Затрудняюсь ответить	22	18	25	9	24	27	21
Баланс Δ+-	-28	-32	-27	-41	-33	-25	-5

Источник: составлено автором.

Отношение пользователей социальных сетей к институтам власти, формирующим политический режим, проявляется в оценках состояния прав и свобод граждан. В целом пользователи склонны негативно (Δ-28%) оценивать правовое положение жителей страны. Соответствующие данные опроса представлены в таблице 75. В гендерных группах несколько больше недовольство правовым положением выражают мужчины (Δ-37%), чем женщины (Δ-32%). В возрастных группах наибольшее недовольство состоянием прав и свобод в стране выражают представители молодого (Δ-41%) и зрелого (Δ-33%) поколений. Если в широкой группе провластных пользователей выходит положительный баланс оценок (Δ+10%), то в многочисленной группе аполитичных пользователей – выраженный отрицательный баланс (Δ-40%), в узкой группе оппозиционных пользователей – резко отрицательный баланс (Δ-86%). Таким образом, в общественных представлениях доминирует негативная оценка состояния

гражданских прав и свобод в стране, что связано не столько с реальными нарушениями со стороны органов власти, сколько интенсивным продвижением оппозицией правозащитной повестки в социальных медиа.

Контекст отражает общественное мнение о состоянии страны. Согласно мониторингу общественных настроений ВЦИОМ, результаты которого отражены в таблице 76, оценка ситуации в стране в исследуемый период испытывала значительные перепады. На 2017-2018 годы и на 2022-2023 годы пришлись волны внушительного подъема, а на 2015-2016 годы и отчетливо на 2019-2021 годы волны спада общественных настроений в оценки ситуации в стране. Росту оценок ситуации в стране в общественном мнении способствовали улучшение экономической конъюнктуры, вдохновляющие мировые события и электоральные циклы выборов Президента России (2018 год и 2024 год), которые предполагают проведение интенсивных информационных кампаний и более значительные бюджетные расходы. Спад оценок ситуации был обусловлен в первом случае проблемами экономического развития страны в условиях нарастающих внешних рестрикций, также во втором случае разразившейся пандемией коронавируса и сопутствующими социально-экономическими проблемами.

Таблица 76 — Динамика изменений оценки российскими гражданами ситуации в стране («Как Вы в целом оцениваете ситуацию, сложившуюся в стране в целом?»)

Варианты ответа	В процентах								
	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.
Очень хорошая	1	1	1	2	1	1	1	3	3
Хорошая	15	12	21	20	16	15	16	20	21
Скорее хорошая	37	34	44	39	37	34	34	37	39
Скорее плохая	27	27	18	18	23	23	22	17	15
Плохая	13	16	8	9	10	12	11	8	7
Очень плохая	4	5	3	4	8	10	10	8	7
Затруднились ответить	4	4	4	8	6	6	6	7	8
Баланс Δ+-	+9	-1	+38	+30	+13	+5	+9	+27	+35

Источник: рассчитано автором по данным ВЦИОМ [597].

Политическую мобилизацию как сторонников власти, так и сторонников оппозиции провоцирует рост протестных настроений в обществе, о чем свидетельствуют данные в таблице 77. Мониторинг протестных настроений в российском обществе показывает, что несмотря на значительные всплески недовольства ситуацией в стране протестные настроения не выходили за

критические пределы. За рассматриваемый период потенциальная возможность протестных действий держалась в умеренном диапазоне 20-29%. Некоторый спад протестных настроений в 2014-2015 годах в значительной степени обусловлен достижением «крымского консенсуса» в национальной элите и объединением российского общества. Значительный спад протестной активности совпадает с временем проведения специальной военной операции на Украине, которая стала фактором консолидации российского общества вокруг власти и маргинализации несистемной прозападной оппозиции.

Таблица 77 — Динамика изменений протестных настроений российских граждан («Насколько вероятны сейчас в вашем городе или районе массовые акции протеста против падения уровня жизни, несправедливых действий властей, в защиту своих прав и свобод?») (В процентах)

Варианты ответа	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.
Вполне возможны	25	28	28	27	20	23	28	29	29	29	23	26	14	12
Маловероятны	67	65	67	69	77	71	66	65	64	65	69	67	79	82
Затруднились ответить	9	7	5	4	5	6	7	6	7	6	7	8	7	6
Баланс Δ+-	33	35	35	34	27	31	35	36	36	36	32	33	24	22

Источник: рассчитано автором по данным ВЦИОМ [603].

Дискурсы. Обсуждаемые темы в сообществах образуют дискурсивные поля, которые состоят из смешения интеллектуальных и социальных интенций обсуждения, ведущих к практическим действиям. В социальных медиа обсуждение инициирует пользователь, размещающий контент на личной странице либо странице группы. Однако каждый вид контента и каждое сообщение в социальных сетях по-разному воспринимается аудиториями. Наибольший интерес пользователей социальных сетей вызывает политический контент, упакованный в экспертные мнения, истории жизни и успеха, полезные советы. Значимая часть пользователей предпочитает смотреть фильмы, для некоторых интересны мемы. Остальные форматы политического контента привлекают аудиторию еще меньше, но пользуются популярностью в отдельных социальных группах. В гендерных группах для женщин больший интерес представляют полезные советы. В возрастных группах для молодежи более привлекательные форматы истории жизни, полезные советы, фильмы и особенно мемы. Среди пользователей зрелого возраста повышается интерес к стримам и квестам и заметно снижается к историям жизни и успеха, фильмам и мемам. Среди пользователей старшего поколения отмечается снижение интереса к полезным советам и фильмам. Среди пожилого возраста выше интерес к

экспертным мнениям, историям жизни и успеха, фильмам. Общие распределения представлены в таблице 78.

Таблица 78 — Привлекательность видов контента среди пользователей социальных сетей в гендерных и возрастных группах («Какой общественно-политический контент мог бы привлечь Ваше внимание?»)

В процентах

Варианты ответа	Все	Мужчины	Женщины	18-29 лет	30-44 лет	45-59 лет	60+ лет
Экспертные мнения	37	38	36	36	35	38	41
Истории жизни (лайфстори)	36	34	37	39	30	36	44
Истории успеха (саксесстори)	29	27	31	30	23	29	43
Полезные советы (лайфхаки)	24	21	26	30	24	21	19
Фильмы, сериалы политического толка	17	18	16	24	11	15	23
Политические мемы (образы и тексты)	11	11	11	32	8	3	6
Онлайн-трансляции ведущего (стримы)	9	9	9	8	13	9	2
Онлайн-квесты (игры с сюжетом)	7	7	8	7	10	7	2
Онлайн-флешмобы (быстрые собрания)	7	8	7	7	6	8	6
Развлекательный (лайт-) контент	6	6	6	5	6	6	3
Видеоигры с политическим контекстом	4	6	3	6	5	3	1
Политические комиксы	4	4	4	7	4	3	2
Другое	2	2	1	3	1	2	1

Источник: составлено автором.

В ролевых и политических группах также наблюдаются существенные отклонения от общих значений. Данные об этом отражены в следующей таблице 79. Активистов больше интересуют экспертные мнения, истории жизни, полезные советы, фильмы, стримы и прежде всего мемы. Участников больше интересуют экспертные мнения, истории жизни и успеха, фильмы и мемы. Зрителям политический контент менее интересен за исключением стримов. Интерес пассивистов к политическому контенту соответствует общим показателям. В политических группах провластных пользователей больше интересует истории успехов, полезные советы и фильмы, меньше экспертные мнения и истории жизни. Оппозиционные пользователи живо интересуются экспертными мнениями, фильмами и мемами, значительно меньше историями успеха. Многочисленные аполитичные пользователи проявляют интерес к политическому контенту схожий с общими показателями.

Таблица 79 — Привлекательность видов контента среди пользователей социальных сетей в ролевых и политических группах («Какой общественно-политический контент мог бы привлечь Ваше внимание?»)

Варианты ответа	В процентах							
	Все	Активисты	Участники	Зрители	Пассивисты	Провластные	Оппозиционные	Аполитичные
Экспертные мнения	37	43	43	31	34	32	55	36
Истории жизни (лайфстори)	36	39	43	30	34	32	39	38
Истории успеха (саксесстори)	29	31	32	24	32	35	19	28
Полезные советы (лайфхаки)	24	28	26	21	22	26	22	22
Фильмы, сериалы политического толка	17	21	22	11	16	19	24	13
Политические мемы (образы и тексты)	11	22	15	7	8	9	24	10
Онлайн-трансляции ведущего (стримы)	9	12	6	12	9	8	9	10
Онлайн-квесты (игры с сюжетом)	7	10	7	7	7	8	6	7
Онлайн-флешмобы (быстрые собрания)	7	5	6	9	7	8	6	7
Развлекательный (лайт-) контент	6	7	3	7	6	7	4	5
Видеоигры с политическим контекстом	4	8	3	5	3	5	7	3
Политические комиксы	4	7	4	3	4	4	5	4
Другое	2	3	2	1	2	1	6	1

Источник: составлено автором.

В социальной среде дискурсы находят отражение в обсуждаемых темах. При обсуждении темы индивиды обычно стремятся утвердить свое мнение, заняв доминирующую позицию. В социальных медиа дискурсы инициируются генерируемыми информационными потоками и распространяемыми адресными сообщениями. Политическая мобилизация сторонников в социальных сетях происходит посредством рассылки мотивирующего контента. Социологические данные, представленные в таблице 80, позволяют оценить интенсивность рекрутинга в дискурсивное поле гражданских действий. Абсолютное большинство (60%) пользователей не чаще раза в квартал получало в социальных сетях приглашение присоединиться к сообществу для реализации гражданских инициатив.

Более трети (35%) пользователей такие вовлекающие сообщения получали каждый месяц. В гендерных группах значительно чаще мужчины получают приглашение войти в состав сторонников продвигаемой гражданской инициативы. В возрастных группах пожилые люди отмечают высокую частоту приглашений, мотивирующих к гражданскому участию.

Таблица 80 — Интенсивность вовлечения в дискурсивное поле гражданских действий пользователей социальных сетей в гендерных и возрастных группах («Как часто Вы получаете приглашение присоединиться к гражданской инициативе в социальных медиа?»)

В процентах

Варианты ответа	Все	Мужчины	Женщины	18-29 лет	30-44 лет	45-59 лет	60+ лет
Не реже, чем раз в неделю	15	18	12	15	14	16	19
Не реже, чем раз в месяц	20	21	18	20	22	19	13
Не реже, чем раз в квартал	19	21	18	16	23	24	8
Не реже, чем раз в полгода	16	12	20	12	19	15	20
Не реже, чем раз в год	25	23	27	36	18	23	21
Другое	5	5	5	2	5	4	18

Источник: составлено автором.

В ролевых и политических группах интенсивность мобилизации в социальных сетях также имеет значимые отличия. Активисты чаще всего получают вовлекающие сообщения не реже раз в квартал. В политических группах особо выделяются оппозиционные пользователи, которые получают приглашения с завидной частотой. Многочисленные аполитичные пользователи также привлекаются к гражданским инициативам, но значительно реже. Таким образом, социальные медиа слабо использовались как средство адресного рекрутинга сторонников гражданских инициатив, и соответственно слабо способствовали политической мобилизации выделенных групп.

Конструкция дискурсивного поля предполагает осмысление индивидами получаемой информации и их последующие действия. Как показывают социологические данные, пользователи социальных сетей реагировали на приглашения к гражданским действиям различным образом. Среди пользователей социальных сетей малая часть (12%) не вникала в содержание сообщений и никак на них не реагировала, а более весомая часть (19%) знакомилась и игнорировала приглашение. Наибольшую часть (33%) пользователей полученные сообщения подтолкнули к поиску дополнительной информации. На более трудозатратные

действия отважились немногие: значимая часть (10%) решили связаться с организаторами, немногим меньше части решили оказать содействие (8%), проинформировать окружение (6%), помочь делом (6%), принять участие онлайн (4%) и офлайн (3%). Во всех гендерных и возрастных группах существуют некоторые отличия, о чем свидетельствуют данные опроса, наглядно представленные в таблице 81.

Таблица 81 — Реакция пользователей социальных сетей на вовлекающее сообщение в гендерных и возрастных группах («Как Вы чаще всего реагируете на приглашение присоединиться к гражданской инициативе в социальных медиа?»)

Варианты ответа	В процентах						
	Все	Мужчины	Женщины	18-29 лет	30-44 лет	45-59 лет	60+ лет
Не вникаю в содержание и дальше просматриваю сообщения	12	13	12	15	12	12	7
Прочитываю информацию и, как правило, игнорирую	19	20	18	17	21	17	25
Прочитываю и пытаюсь узнать больше	33	31	34	37	31	32	29
Прочитываю и связываюсь с инициаторами	10	9	11	6	9	12	15
Прочитываю и вношу вклад в решение общей проблемы	8	8	7	5	11	9	7
Прочитываю и информирую своих друзей и знакомых	6	7	6	7	5	8	0
Прочитываю и стараюсь помочь делом	6	6	5	3	5	9	8
Участвую в мероприятиях онлайн	4	2	5	7	3	1	2
Участвую в мероприятиях офлайн	3	4	2	4	3	1	7

Источник: составлено автором.

В ролевых и политических группах пользователей социальных сетей проявились существенные различия в реакции на сообщения, подвигающие к общественному участию. Подробные распределения представлены в таблице 82. Активисты больше стараются помочь делом, а зрители реагируют весьма схоже с общими показателями. В политических группах провластные пользователи не отличаются желанием входить в дискурсивное поле и предпринимать совместные действия, оппозиционные пользователи отличаются значительно большим желанием расширить информацию продвигаемого дискурса, аполитичные пользователи с большим желанием намерены внести свой материальный вклад в реализацию инициативы, в целом придерживаясь отстраненной позиции.

Таблица 82 — Реакция пользователей социальных сетей на вовлекающее сообщение в ролевых и политических группах («Как Вы чаще всего реагируете на приглашение присоединиться к гражданской инициативе в социальных медиа?») В процентах

Варианты ответа	Все	Активисты	Участники	Провластные	Оппозиционные	Аполитичные
Не вникаю в содержание и продолжаю просматривать сообщения	12	14	12	15	2	15
Прочитываю информацию и, как правило, игнорирую	19	18	19	19	9	23
Прочитываю и пытаюсь узнать больше	33	31	33	29	55	26
Прочитываю и связываюсь с инициаторами	10	10	10	12	9	8
Прочитываю и вношу вклад в решение общей проблемы	8	6	8	5	6	11
Прочитываю и информирую своих друзей и знакомых	6	6	6	6	6	7
Прочитываю и стараюсь помочь делом	6	10	5	7	7	4
Участвую в мероприятиях онлайн	4	2	4	5	3	2
Участвую в мероприятиях офлайн	3	3	3	3	2	4

Источник: составлено автором.

Дискурсивное поле гражданских инициатив обусловлено общественными проблемами, которые артикулируются в мотивирующих сообщениях. По социологическим данным наибольшее число обращений подталкивали к общественным действиям, затрагивая, прежде всего, социально-экономические, экологические и политические проблемы. В основе распространенных дискурсов лежит обсуждение проблем защиты животных и прав граждан, чрезвычайных ситуаций и проведения выборов. Дискурсы проблем образования, культуры и здравоохранения попали в третью группу артикуляции требований. Дискурсы защиты сексуальных и этнических меньшинств оказались второстепенными темами. Значимые гендерные и возрастные отличия можно проследить по социологическим данным, представленным следующей таблицей 83.

Таблица 83 — Дискурсивное поле вовлекающий сообщений в гендерных и возрастных группах («Каким проблемам, как правило, посвящены такие обращения или приглашения?»)

Варианты ответа	В процентах						
	Все	Мужчины	Женщины	18-29 лет	30-44 лет	45-59 лет	60+ лет
Социально-экономическая ситуация	34	37	29	34	32	33	37
Экологическая ситуация	31	32	29	40	28	26	28
Политическая ситуация	30	34	26	37	29	25	28
Защита животных	29	23	35	29	28	29	31
Защита прав граждан	26	29	22	36	23	19	23
Чрезвычайная ситуация природного или техногенного характера	24	26	23	21	21	33	20
Проведение и исход избирательных кампаний	20	23	17	22	20	19	16
Ситуация в образовательных учреждениях	16	14	19	12	18	20	11
Ситуация в здравоохранении	16	14	18	11	16	19	25
Ситуация в культурной сфере	15	15	15	18	12	16	12
Защита прав представителей сексуальных меньшинств	8	6	10	12	6	7	5
Защита прав представителей этнических меньшинств	5	5	5	5	6	5	2

Источник: составлено автором.

В ролевых и политических группах обнаружилось существенные различия в дискурсивном поле общественных действий. Активисты чаще отмечали поступление мотивирующих сообщений на темы защиты граждан, животных и сексуальных меньшинств, проведения выборов, состояния образования и культуры, а распределения участников оказались схожими с общими показателями. В политических группах провластных пользователей менее актуальными оказались дискурсы сообщений, связанные социально-экономической и политической ситуациями, а также защитой прав граждан. Оппозиционные пользователи отличаются повышенным потреблением информации, их чаще подталкивали к общественной активности сообщения, актуализирующие темы политической, социально-экономической и экологической ситуаций, особенно защиты прав граждан и сексуальных меньшинств, проведения выборов, ситуации в сферах здравоохранения, культуры и образования. Аполитичные пользователи реже встречают мотивирующие сообщения, особенно продвигающие дискурсы политической ситуации и проведения выборов. Общее, ролевое и политическое распределение представлено в следующей таблице 84.

Таблица 84 — Дискурсивное содержание вовлекающий сообщений в ролевых и политических группах («Каким проблемам, как правило, посвящены такие обращения или приглашения?»)

Варианты ответа	В процентах					
	Все	Активисты	Участники	Провластные	Оппозиционные	Аполитичные
Социально-экономическая ситуация	34	34	34	29	45	32
Экологическая ситуация	31	34	30	29	37	29
Политическая ситуация	30	27	31	27	53	22
Защита животных	29	38	26	29	25	31
Защита прав граждан	26	35	23	15	48	24
Чрезвычайная ситуация природного, техногенного характера	24	25	24	27	24	23
Проведение, итоги избирательных кампаний	20	27	18	17	38	15
Ситуация в образовательных учреждениях	16	23	14	14	17	18
Ситуация в здравоохранении	16	19	16	13	20	17
Ситуация в культурной сфере	15	30	11	13	22	14
Защита прав представителей сексуальных меньшинств	8	14	7	3	16	8
Защита прав представителей этнических меньшинств	5	9	4	3	8	5

Источник: составлено автором.

В общественном сознании дискурс гражданской активности, рассматриваемой как основы политической мобилизации, содержит множество мнений. Из предложенных представлений о гражданской активности преобладает положение, конструкция которого предполагает отношения взаимодействия, диалога между обществом и государством. Около трети пользователей понимают гражданскую активность сугубо инструментально как способ организации давления на власть и борьбы за власть. Значительная доля пользователей придерживается идеалистического представления о гражданской солидарности. В гендерных группах мужчины более склонны рассматривать гражданскую активность как средство давления на власть для выполнения общественных требований, а женщины больше придерживаются мнения необходимости взаимодействия общества и государства. В возрастных группах молодежь более склонна к конструктивным отношениям взаимодействия и идеалистическим представлениям объединения граждан. Зрелое и старшее поколения, обладая большим политическим опытом, более склонно видеть в гражданской активности возможность оказать давление на власть.

В ролевых группах вовлеченных в общественную деятельность пользователей активисты выделяются более выраженными идеалистическими и конструктивными

представлениями, тогда как участники больше настроены на взаимодействие общества и власти. Зрители значительно более склонны воспринимать гражданскую активность как инструмент давления на власть, а пассивисты существенно больше настроены на конструктивные отношения между обществом и государством. В политических группах провластные пользователи несколько больше рассматривают гражданскую активность в категориях давления на власть и борьбы за власть. Оппозиционные пользователи в гражданской активности больше видят возможности самостоятельного объединения без вмешательства государства, но при этом большинство настроено на взаимодействия общества и власти. Дискурс гражданской активности в отмеченных группах обладает существенными различиями, но общественная коннотация оказалась во всех них доминирующей над политической трактовкой.

В последние два года центральным дискурсом в российском обществе является проведение СВО на Украине. В феврале 2022 года СВО поддержало абсолютное большинство (65%) российских граждан, не поддержала четверть (25%). В феврале 2024 года доля сторонников СВО несколько возросла (68%), а доля противников заметно уменьшилась (19%). За два прошедших года в общественном мнении представления о целях специальной военной операции не претерпели кардинальных изменений. Большая часть граждан считает, что СВО была необходима в целях защиты России для противодействия планам размещения военных баз НАТО (март 2022 года – 44%, февраль 2024 года – 43%). Другие цели спецоперации менее оказались распространенными доводами: изменение политического курса руководства Украины, предполагающее уничтожение нацизма, стало менее убедительным (март 2022 года – 19%, февраль 2024 года – 15%), а защита населения Донецкой и Луганской народных республик упрочилась (соответственно, март 2022 года – 17%, февраль 2024 года – 20%). По истечении двух лет с начала СВО абсолютное большинство (72%) считают, что каждый гражданин должен вносить свой вклад в успешное завершение СВО. Такую позицию не приемлет меньшинство (19%) граждан. Более того уверенное большинство (64%) граждан выражает согласие с суждением «Все для фронта, все для победы!», а несогласие с этим суждением весомое меньшинство (28%) [604].

В заключении *параграфа 3.3* следует сделать следующий вывод. В целом возможности и ограничения политической мобилизации зависят от ряда факторов, в числе которых ведущими были выделены институты, идентичности, ценности, контекст и дискурсы. Результаты проведенного опроса показали, что участие в несанкционированных акциях обусловлено не столько политической ориентацией, сколько причинами, затрагивающими жизненные интересы и идейные убеждения

граждан. Важным фактором политической мобилизации выступает гражданская идентичность, которая при возникновении внутренних вызовов и внешних угроз способствует консолидации общества. В сложившейся ситуации под внешним давлением патриотические настроения способствуют консолидации граждан вокруг национального лидера. В результате потенциал политической мобилизации провластных граждан существенно усиливается, а потенциал оппозиции значительно ослабляется.

Как показывают социологические данные, большинство российских пользователей социальных сетей придерживается традиционной системы ценностей, ориентированной на социальность, деятельность и нравственность. Сформированные в процессе социализации под общественным влиянием ценности образуют идейные комплексы в массовом сознании. Политическое сознание пользователей социальных сетей настроено в наибольшей степени поддерживать государственную политику, следуя конституционному либо либеральному набору ценностей. При этом данные опроса демонстрируют разрыв в оценках пользователями положения дел в стране и в личной жизни, который выявляет назревание протестных настроений в обстановке общественного недовольства. Все это необходимо учитывать при рассмотрении контекста политической мобилизации и последующих совместных действий.

Выводы по главе 3

1) Рассматривая общее состояние цифрового пространства в глобальном и национальном масштабе, можно утверждать, что период экстенсивного расширения Интернет-пространства завершился в прошлом десятилетии. Большинство национальных Интернет-аудиторий достигли собственных максимальных охватов и не могут расти так же интенсивно. Эта тенденция характерна в том числе и для Российской Федерации. С точки зрения медиапотребления телевидение утрачивает свои позиции наиболее достоверного канала новостей, а социальные медиа значительно расширили долю доверяющей аудитории. Среди российской аудитории цифровые средства коммуникации, включающие Интернет-сайты, социальные медиа и мессенджеры, становятся главным источником информации о происходящих в стране событиях. В последние годы наблюдается «переломный момент», когда объем аудитории цифровых источников новостей впервые превысил телевизионную аудиторию. Тенденцию усиления влияния цифровых коммуникаций в распространении новостей ускорил фактор пандемии коронавируса, когда возросла потребность в альтернативных источниках, обмене информацией и

опосредованном взаимодействии, в том числе с использованием новейших социально-медийных площадок.

С 2022 года в Российской Федерации наблюдается значительное изменение структуры медиапотребления российских пользователей в социальных медиа. Показатели ежедневного времени, проводимого пользователями в основных социальных сетях, претерпели существенные изменения. Размеренная динамика медиапотребления была нарушена введением запрета деятельности социальных сетей Facebook и Instagram. Часть пользователей запрещенных социальных сетей стала интенсивнее использовать социальную сеть ВКонтакте. Интерес к оперативным новостям в тревожной обстановке объявления специальной военной операции из неофициальных источников способствовал расширению аудитории и резкому росту времени пользователей мессенджера Telegram. Смена общественного контекста настроила пользователей на потребление информационного контента, что негативно сказалось на времени потребления в большей части развлекательного контента в сервисе обмена короткими видео TikTok.

3) С учетом усиления международной напряженности и глобальных политических трансформаций особое значение приобретает фактор администрирования и регулирования цифровых коммуникаций. Формирование цифрового общества в глобальном масштабе обострило проблемы сохранения государственного суверенитета и защиты прав личности. Информационные технологии политического управления способствуют трансформации субъектов политики, усиливают значение когнитивного программирования реальности, приводят к формированию негативных сценариев общественного развития в условиях «цифрового неравенства» и «цифрового контроля», образуя «цифровой паноптикум» на основе сбора и анализа цифровых следов пользователей в цифровом пространстве коммуникаций. В современном мире в условиях технологических трансформаций на основе новых социальных коммуникаций создается архитектура цифровой реальности, а заимствование цифровых технологий ставит государство в зависимость от развитых в технологическом плане стран.

На протяжении прошедших десяти лет в мире сложилась ситуация, когда доминирование американских транснациональных IT-корпораций оспаривают китайские IT-компании. Изначально создание глобального «сетевого общества» посредством цифровых коммуникаций отвечало интересам США, стремившихся посредством технологического превосходства и информационного контроля сохранить господствующее положение в мире. Исследователи квалифицируют происходящие изменения как передел глобального «сетевого общества» в процессе формирования «новой биполярности» на мировой арене. В мире на глобальном

рынке платформ социальных медиа образовалась дуополия США и КНР, которые обладают преимуществами в достижении «цифрового лидерства и экспансии». Цифровая дуополия, в которой агентами противостояния стали крупные высокотехнологичные компании, приводит к поляризации информационного влияния на мировой арене. По мнению исследователей, платформы социальных медиа открыли новые возможности трансляции влияния, участвуя в международных процессах воспроизводства и переустройства мирового порядка.

Противостояние США и КНР в сфере информационных технологий выражается в разработке программного обеспечения, производстве гаджетов и управлении социальными медиа. Расширение производства цифровых сервисов, оборудования и мобильных устройств усиливает возможности мирового влияния КНР, показывая преимущества китайской политической системы над американской моделью либеральной демократии. В борьбе за мировое влияние США и КНР используют платформы социальных медиа в качестве инструмента информационного воздействия на общественное поведение в разных странах. Противостояние проявляется во взаимных ограничениях и блокировании цифровых платформ и сервисов. Исследователи рассматривают Интернет-платформы как инструмент социального контроля цифрового пространства, который при отсутствии государственного регулирования и общественного надзора становится институтом, обладающим неограниченной властью в медиатизированном мире.

Рассмотренные в данной главе национальные кейсы регулирования цифровых коммуникаций выявили их специфические особенности. На основании характерных отличий политики государства, положения пользователей и управления информацией складывается представление об образованных цифровых системах. В США сформировалась манипулятивная система регулирования цифрового пространства, которую отличают политика глобальной экспансии распространения влияния на другие страны, тайный контроль спецслужб государства за действиями пользователей, алгоритмическая настройка информационных потоков, редакционная цензура в интересах истеблишмента и превращение больших данных о поведении пользователей в товар. В КНР образовалась административная система регулирования цифрового пространства, которая изначально была настроена на блокирование внешнего информационного влияния, создание собственных Интернет-ресурсов, директивные предписания компаниям, продвижение идейного и пресечение «вредного» контента, верификацию пользователей и укрепление социального контроля. В настоящее время в России сложилась ситуативная система регулирования цифрового пространства. Данное пространство изначально характеризовалось максимальной открытостью, а государственное регулирование

формировалась в оперативном режиме на основании возникающих внешних вызовов в направлении установления цифрового суверенитета.

3) Рассмотренные на основе социологических исследований состояния политической мобилизации в российском онлайн-пространстве сетевых коммуникаций выявили ряд особенностей. Общественная активность российских граждан весьма подвижна, но имеет ограничения, обусловленные склонностью к кликтивистским формам участия, выраженной гражданской разобщенностью и социальной пассивностью. Структура политической мобилизации пользователей социальных сетей строится на основе распределения уровней общественного участия, выраженных в избираемых ролевых моделях поведения, и политических предпочтений, ориентированных на действующую власть или оппозицию власти. Распределение по уровням общественного участия и политических предпочтений позволило структурировать пользователей по кластерам лояльных и оппозиционных активистов, лояльных и оппозиционных участников, лояльных и оппозиционных зрителей, лояльных и оппозиционных пассивистов, сопоставив их потенциалы политической мобилизации.

Построение структуры политической мобилизации в социальных сетях выявило широкую базу лояльных власти пользователей, которые склонны к «легким действиям» не требующих значительных усилий, и узкую базу оппозиционных власти пользователей, которые настроены на «тяжелые действия», предполагающие приложение существенных усилий. В мотивированности, организованности и практическом опыте совместных действий оппозиционные пользователи значительно превосходили сторонников власти, что делало потенциалы их политической мобилизации если не равными, то сопоставимыми. Соотношение сил между активными сторонниками власти и оппозиции балансируют ситуативные зрители и устойчивые пассивисты, которые держатся избранных ролевых моделей поведения в «политическом театре» совместных действий.

Глава 4

Информационные потоки политической мобилизации в российском сегменте социальных медиа

В данной главе представлен анализ информационных потоков политической мобилизации в российском сегменте социальных медиа в период проведения Российской Федерацией специальной военной операции в 2022-2024 годах, включающий определение нарративного и дискурсивного поля информационных потоков политической мобилизации, выявление структурных элементов информационных потоков различной общественно-политической модальности, а также их динамических и технологических характеристик. Указанные материалы являются результатом комплексного эмпирического исследования, опирающегося на общие принципы социально-медийной предиктивной аналитики и включающего применение современных методов сбора и анализа цифровых данных (когнитивного картирования, фрейм-анализа, сетевого анализа, автоматизированного киберметрического анализа), а также соответствующего инструментария (программного обеспечения).

4.1 Дискурсивное поле информационных потоков политической мобилизации

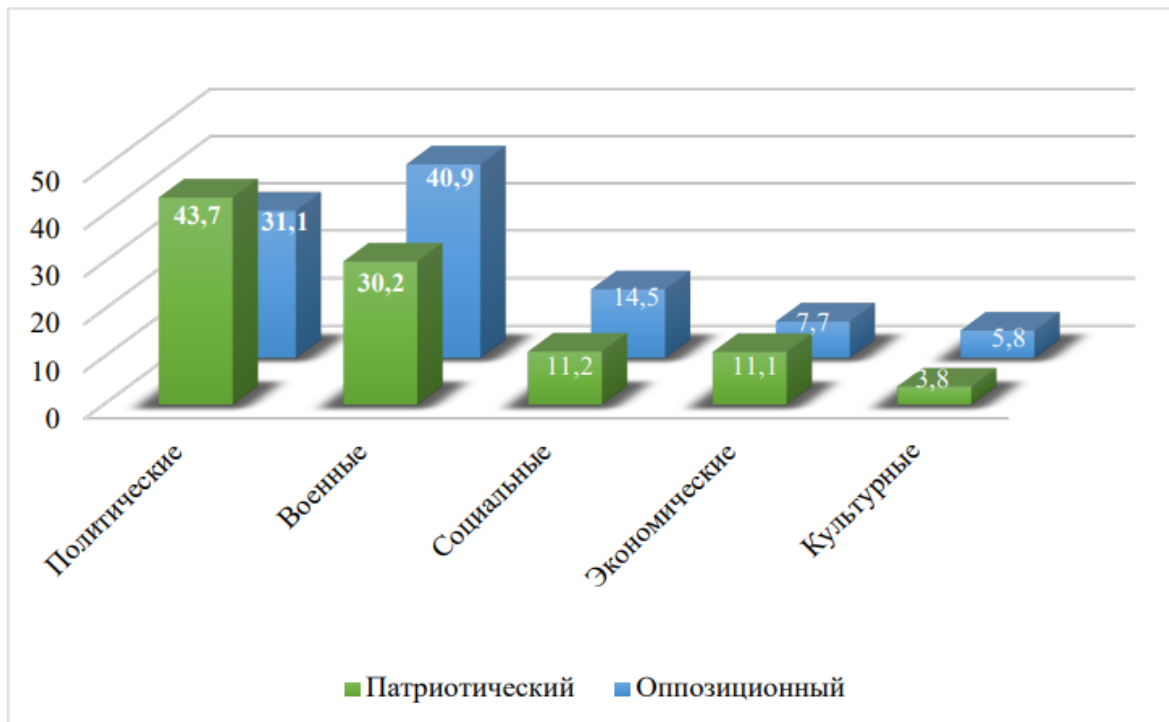
Описание методики и инструментария. Для определения содержательных и технологических характеристик информационного потока политической мобилизации в российском сегменте социальных медиа в период проведения специальной военной операции использован метод когнитивного картирования. Когнитивное картирование является разновидностью контент-аналитических методик, сочетающая эвристику количественного и качественного подходов к анализу текстов. Выборочную совокупность когнитивного картирования составляют информационные материалы, локализованные в поляризованных провластно-патриотическом и оппозиционно-прозападном сегментах социальных медиа: поддерживающем и критикующем проведение специальной военной операции. В ходе применения метода отобран перечень площадок – цифровых сообществ и аккаунтов в социальных медиа, генерирующих исследуемый тематический контент.

Информационные материалы для реализации когнитивного картирования отобраны исходя из нескольких критериев: 1) соответствие тематики сообщения проблемному полю исследования и сегменту локализации; 2) высокий резонанс сообщения и соответствующих показателей пользовательских реакций

относительно иных публикуемых сообщений; 3) жанровое и тематическое разнообразие контента. Глубина выборки составляет 12 месяцев и охватывает временной период с 01.02.2022 по 01.02.2023. Техника отбора сообщений предполагает также квотированный отбор публикаций в каждой неделе каждого месяца указанного временного периода. Объем выборочной совокупности составляет 1200 сообщений (600 сообщений для каждого исследуемого политического сегмента).

Базовым инструментом анализа выступила авторская матрица когнитивного картирования, включающая основные содержательные характеристики цифрового контента. Количественная обработка собранного массива данных произведена с использованием программного пакета статистической обработки «SPSS Statistics» (версия 25.0). Обработка собранного массива данных реализована посредством осевого (частного), кросс-табуляционного и корреляционного видов анализа. Описание результатов количественной части исследования произведено в сравнении исследуемых политических сегментов социальных медиа. Качественная часть исследования также включила в себя отбор речевых паттернов – лексических конструкций в виде слов (монограмм) и словосочетаний (биграмм), используемых в отобранных текстах с учетом их частотности для дальнейшего составления словарей поисковых запросов автоматизированного социально-медийного анализа информационных потоков.

Результаты анализа. Информационные потоки вокруг СВО в российском пространстве социальных медиа обладают широким репертуаром цифрового контента. Начало специальной военной операции на Украине в феврале 2022 года, связанные с ним геополитические события и внутривнутриполитические процессы стали событиями-триггерами, изменившими направленность и интенсивность информационных потоков, повестку дня в различных политических сегментах социальных медиа. Высокая динамика общественно-политических процессов повлияла на разнообразие освещаемых тем и проблем, регулярную сменяемость повесток и наполненность информационного потока. С начала спецоперации в российских политических сегментах социальных медиа доминируют военно-политические контексты. Распределения представлены на рисунке 13. В патриотических сообществах и аккаунтах актуальные политические аспекты (44%) преобладают над военными (31%), в оппозиционных, напротив, военные над политическими (41% и 30%, соответственно), что обусловлено акцентированием внимания аудитории данного сегмента к негативным последствиям военных действий, частым использованием триггеров жертвенности и формирования образов «сакральных жертв».



Источник: составлено автором.

Рисунок 13 – Распределение сообщений по используемым тематическим контекстам, в процентах

В исследуемых сегментах блогхостинга для массовой аудитории формируются различающиеся картины общественно-политической жизни, а также принципиально расходящиеся картины мира в целом. Содержание информационных потоков является прямо противоположным, включающим при этом уникальные контексты и тематики, характерные исключительно для данных сегментов. Данный факт отчетливо фиксируются при рассмотрении упоминаемых событий и явлений общественной жизни, выступающих своеобразными триггерами для пользователей социальных медиа, подталкивающих их к совершению определенных действий или вовлечению в конкретные информационные повестки. Указанное распределение представлено в следующей таблице 85.

В частности, в провластно-патриотическом потоке такими уникальными темами являются: восстановление инфраструктуры в новых регионах (23,9%), успешное наступление российских вооруженных сил, освобождение территорий (9,8%), референдумы в новых регионах и вхождение их в состав России (7,7%). В оппозиционно-прозападном сегменте: частичная мобилизация граждан (11,3%), введение санкций против российских компаний и граждан (8,1%), падение уровня жизни и инфляционные процессы (6,3%), блокировки цифровых ресурсов (5,5%). В общем виде информационные потоки в провластно-патриотическом сегменте выстраиваются с опорой на позитивную повестку,

формирование оптимистического образа будущего. Напротив, оппозиционно-прозападные потоки в социальных медиа ориентируются на негативные явления общественной жизни, направлены на формирование чувства страха, стыда и безысходности, на конструирование пессимистичного образа будущего.

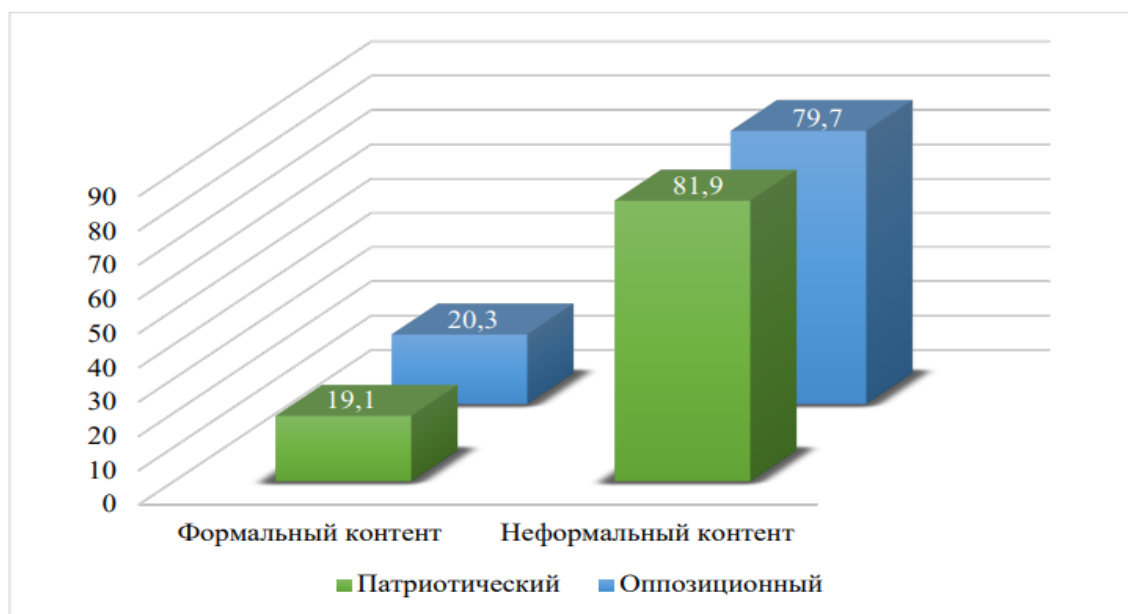
Таблица 85 – Распределение сообщений по упоминаемым событиям-триггерам

В процентах

Событие	Провластно-патриотический	Оппозиционно-прозападный
Референдумы на Донбассе, вхождение новых субъектов в состав России	7,7	1,2
Восстановление инфраструктуры на присоединившихся к России территориях	23,9	0
Успешное наступление российских войск, освобождение территорий	9,8	5,8
Отступление, перегруппировки, российских войск	5,8	2,8
Частичная мобилизация граждан	5,5	11,3
Нанесение ударов по военной и энергетической инфраструктуре Украины	1,1	2,4
Диверсии Украины на российской территории, террористические акты	1,3	1,9
Поставки Западом оружия Украине	2,6	2,3
Введение санкций против России и российских граждан	3,6	8,1
Угрозы привлечения российского руководства к ответственности	0	3,2
Поддержка России другими странами	1,4	0
Блокировки цифровых ресурсов, СМИ, ужесточение деятельности иноагентов	2,1	5,5
Массовый выезд граждан из России	2,1	3,4
Падение уровня жизни, инфляция	1,6	6,3
Иные события	31,5	45,8

Источник: составлено автором.

Основной массив в информационных потоках провластно-патриотической и оппозиционно-прозападной направленности вокруг проведения СВО составляют сообщения неформального характера. К таковым относятся материалы, лишенные формализма и не относящиеся к деятельности официальных органов и структур, выполненные в простой и понятной для массовой аудитории стилистике, не содержащие в себе отсылок к формальным документам, заявлениям, программам. Неформальный контент составляет 82% материала в патриотическом сегменте, 80% в оппозиционном сегменте социальных медиа. Распределение сообщений по уровню формализации представлено на следующем рисунке 14.



Источник: составлено автором.

Рисунок 14 – Распределение сообщений по уровню формализации, в процентах

В патриотических сообществах и аккаунтах доминирование неформального контента достигается за счет публикации сводок с фронтов боевых действий, дневников, публичных выступлений неформальных спикеров и лидеров мнений, в том числе представителей военно-политического руководства, военных корреспондентов. В оппозиционных блогах подобный контент составляют сатирические публикации, мемы, интервью, комментарии. Следовательно, стилистика сообщений с упоминанием военных контекстов в оппозиционном потоке наиболее неформальная, а политических более формализованная. В патриотических публикациях, напротив, политические контексты подвергаются большей деформализации, в отличие от военных, представленных официальными сводками и заявлениями военных ведомств. Фиксируемая взаимозависимость между используемыми контекстами и уровнем формализации сообщений в патриотических и оппозиционных группах показана в таблице 86.

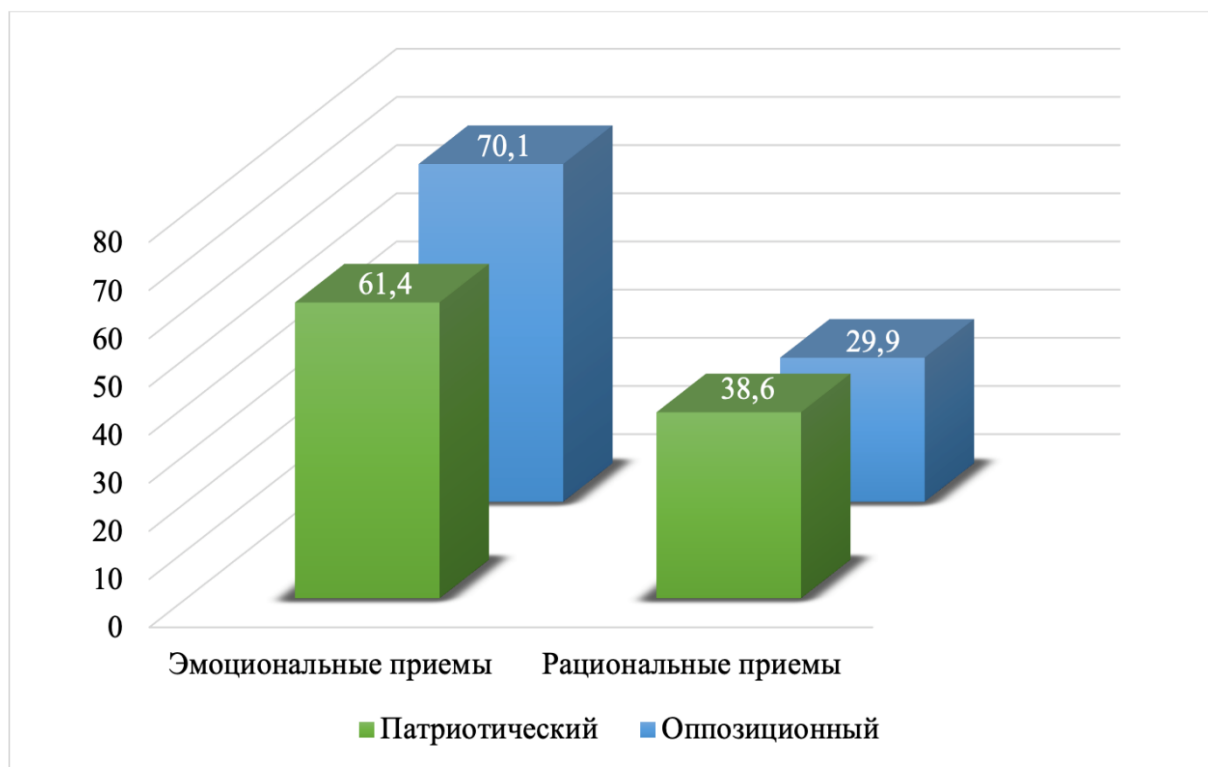
Таблица 86 – Взаимозависимость между используемыми контекстами и уровнем формализации сообщений

В процентах

Контексты	Неформальный		Формальный	
	патриотический	оппозиционный	патриотический	оппозиционный
Политический	88	66	12	34
Военный	65	89	35	11
Экономический	80	81	20	19
Социальный	84	81	16	19
Культурный	91	88	9	12

Источник: составлено автором.

Несмотря на явные различия в содержании информационных потоков, в обоих политических сегментах преобладают эмоциональные приемы формирования дискурса, о чем свидетельствуют данные на рисунке 15. Подобное воздействие направлено на органы чувств, получение мгновенной эмоциональной реакции, отклика аудитории на соответствующий цифровой контент. При этом в оппозиционно-прозападном потоке фиксируется большая представленность именно приемов эмоционального воздействия (70% для информационных материалов оппозиционной направленности, 61% для аналогичных материалов патриотической направленности). В основу такого воздействия в оппозиционно-прозападном сегменте социальных медиа заложены механизмы однозначной негативизации – демонстрации исключительно негативных черт общественной жизни с целью формирования отталкивающего, пренебрежительного или агрессивного отношения к ним со стороны массовой аудитории.



Источник: составлено автором.

Рисунок 15 – Распределение сообщений по используемым приемам формирования дискурса, в процентах

Для негативизации характерно применение различных методов информационно-психологического воздействия, в том числе манипулятивного, поскольку важным элементом воздействия на аудиторию является гипертрофированная оценка происходящего, наделение различных объектов манипуляции в общественном сознании несуществующими характеристиками, либо

их некорректная интерпретация. В наибольшей степени эмоциональные приемы формирования дискурса проявляются именно в публикациях на тему военных процессов и событий, для которых характерна наибольшая степень негативизации происходящего, что указывается в данных таблицы 87.

Таблица 87 – Взаимозависимость между используемыми контекстами и приемами формирования дискурса

Контексты	В процентах			
	Эмоциональный		Рациональный	
	патриотический	оппозиционный	патриотический	оппозиционный
Политический	78	68	22	32
Военный	62	85	38	15
Экономический	60	67	40	33
Социальный	48	62	52	38
Культурный	58	64	42	36

Источник: составлено автором.

При этом чаще всего подобные материалы являются неформальными, исключают официальные источники информации, оформлены в соответствующей стилистике. Соответствующее сопряжение представлено в таблице 88.

Таблица 88 – Взаимозависимость между уровнем формализации контента и используемыми приемами формирования дискурса, коэффициент корреляции Пирсона

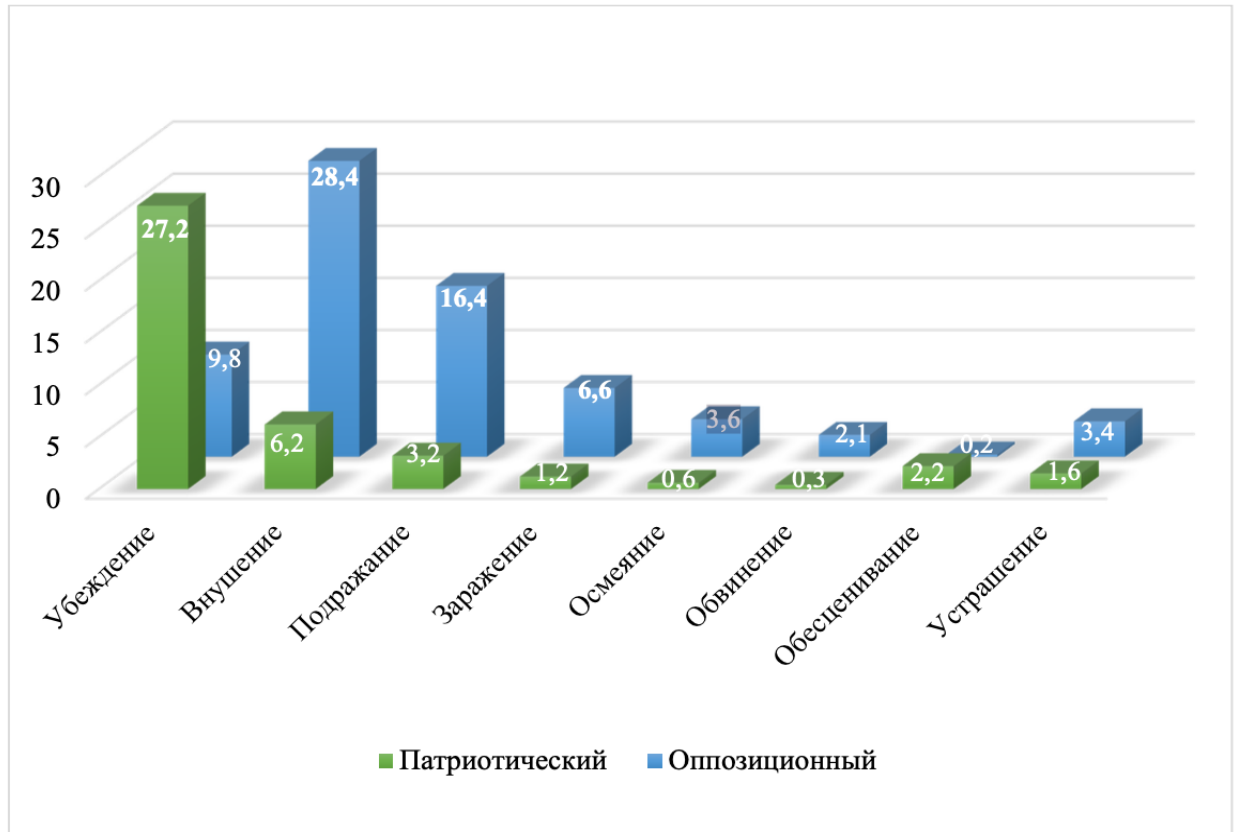
Прием формирования дискурса	Неформальный контент	
	патриотический	оппозиционный
Эмоциональный	0,676	-0,523

Источник: составлено автором.

По результатам анализа цифрового контента можно выделить характерные для информационных потоков исследуемых сегментов модели информационно-психологического воздействия. Распределения представлены на рисунке 16. Для провластно-патриотического сегмента характерна убеждающая модель, связанная с активным использованием технологии убеждения (27,2%), обеспечивающая согласие аудитории при помощи системы логических доказательств, аргументации, активного анализа информации со стороны адресных групп. Подобная технология обычно апеллирует к рациональной сфере человеческого сознания. В информационном потоке патриотической направленности чаще упоминаются конкретные факты, используются реальные сюжеты и фактические данные.

Для оппозиционно-прозападного сегмента более характерной является внушающая модель, связанная с комплексным использованием технологии

внушения (28,4%). Внушение предполагает оказание целенаправленного воздействия на эмоционально-чувственную сферу, включая симпатии и предпочтения аудитории с помощью трансляции единых схем, которые внедряются в сознание граждан. В процессе внушения авторы не ставят целью логически доказывать свою позицию, осмысливать ее, действуют в рамках некритического восприятия информации.



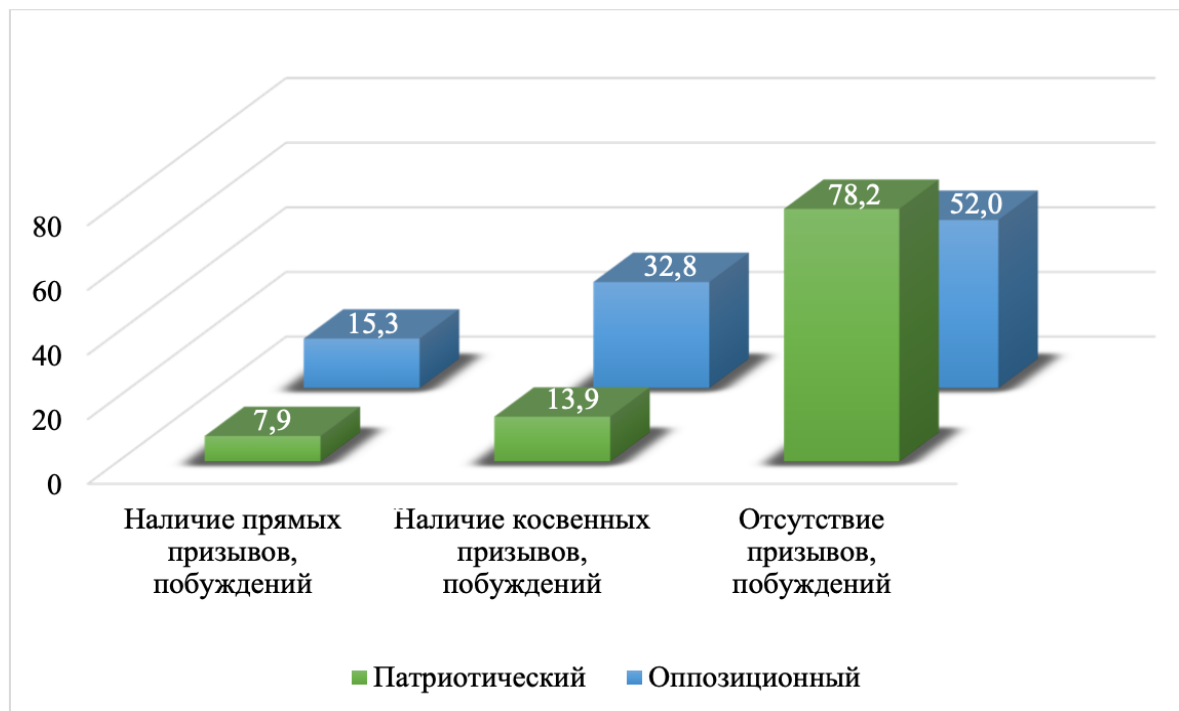
Источник: составлено автором.

Рисунок 16 – Распределение сообщений по используемым информационно-психологическими приемам воздействия, в процентах

Важным элементом воздействия в оппозиционно-прозападном потоке является использование подражания (16,4%) и заражения (6,6%). Использование данных технологий направлено на масштабирование оппозиционных повесток среди различных аудиторий. Заражение нацелено на передачу эмоционального состояния. При помощи заражения у аудитории формируется необходимое психическое состояние. Заражение в большей степени способствует ощущению единства и сплоченности отдельных социальных групп. В свою очередь использование в информационных материалах технологии подражания направлено на воспроизводство предлагаемых образцов поведения или копирование взглядов, особенностей общения, политических установок и оценок. Подражание предполагает отказ от выработки собственной линии поведения, от осуществления

индивидуального выбора и принятия самостоятельного решения в пользу, уже заданного как наиболее верное или распространенное в обществе. Обращает на себя внимание эпизодичное использование в информационном потоке оппозиционной направленности технологий осмеяния (3,6%) и устрашения (3,4%), также способствующих формированию у аудитории негативного эмоционального состояния.

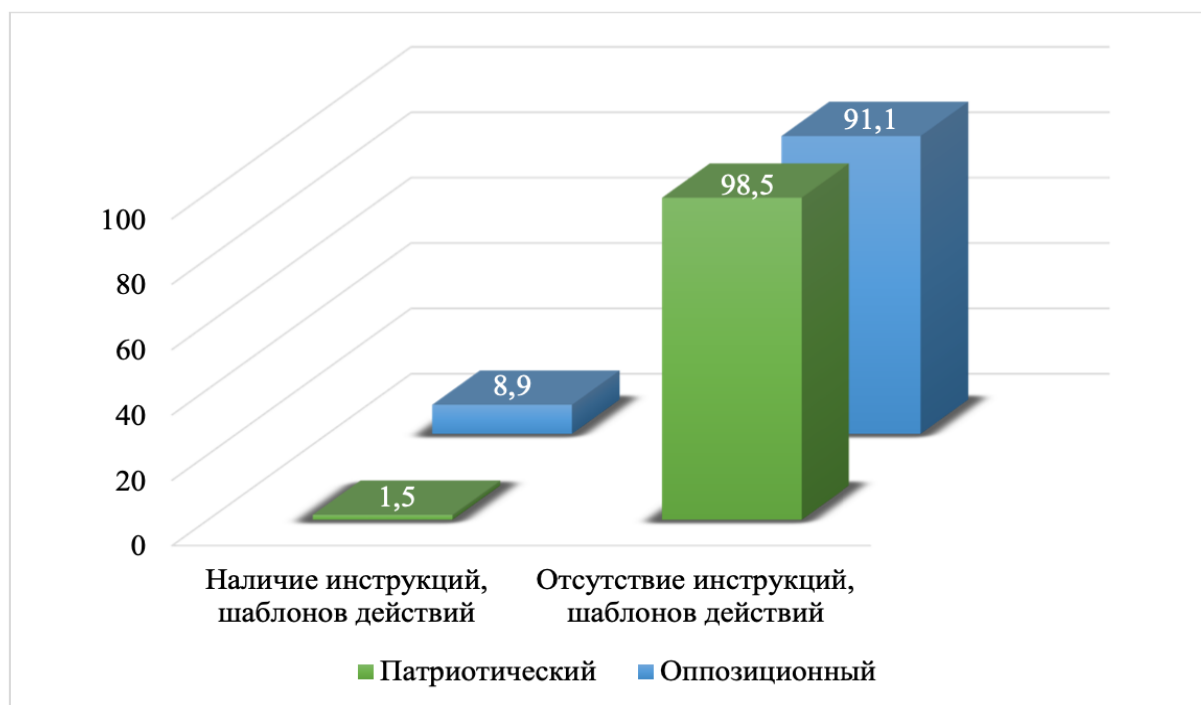
Комплексное применение рассмотренных технологий информационно-манипулятивного воздействия обеспечивает большой мобилизационный потенциал цифрового контента. Информационные материалы об СВО оппозиционно-прозападного толка обладают большим мобилизационным ресурсом. В 48% проанализированного цифрового контента содержатся прямые или косвенные призывы, побуждения, подталкивания к совершению аудиторией определенных форм активности как в онлайн-, так и в офлайн-среде. Подробные распределения представлены на рисунке 17. Аналогичное стимулирование к проявлению различных форм гражданской активности в патриотическом информационном потоке проявляется только в 12% проанализированных материалов. В то же время в оппозиционном сегменте почти втрое чаще фиксируется именно скрытое и «мягкое» подталкивание аудитории к реализации гражданской активности.



Источник: составлено автором.

Рисунок 17 – Распределение сообщений по использованию мобилизующих приемов, в процентах

Помимо этого, среди оппозиционных сообщений в 6 раз чаще встречаются материалы с инструкциями, шаблонами конкретных действий в различных ситуациях. Подробное распределение представлено на рисунке 18. В большей степени подобные материалы относятся к теме частичной мобилизации, содержат инструкции и чек-листы по уклонению от прохождения срочной военной службы и участия в мобилизационных мероприятиях. Подобный инструктивный контент также касается осуществления незаконных действий в сфере дискредитации российских вооруженных сил, информационного и иного шпионажа в интересах иностранных государств. Инструктирование аудитории патриотического информационного потока практически не осуществляется, в абсолютном большинстве сообщений, в том числе направленных на мобилизацию аудитории, не используются готовые шаблоны действий, не указываются траектории осуществления гражданской активности пользователями социальных медиа.



Источник: составлено автором.

Рисунок 18 – Распределение сообщений по уровню инструктивности, в процентах

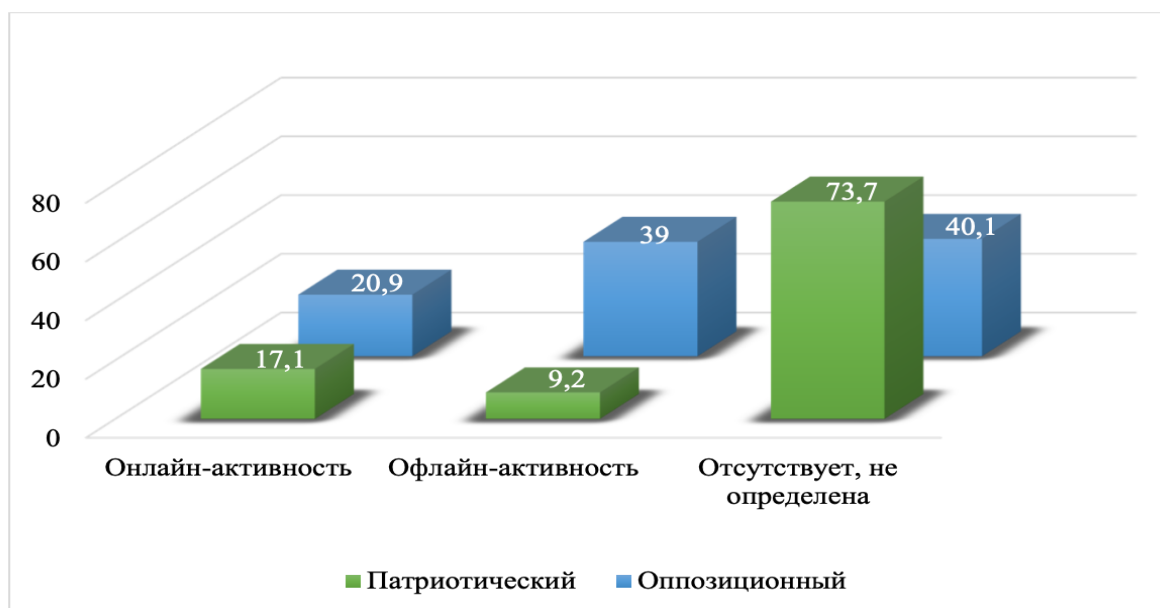
Корреляционный анализ собранного массива данных указывает на сильную взаимосвязь между инструктивным характером сообщения и мобилизационным потенциалом исключительно в оппозиционном сегменте блогехостинга, что указано в следующей таблице 89.

Таблица 89 – Взаимозависимость между уровнем инструктивности контента и используемыми мобилизующими приемами, коэффициент корреляции Пирсона

Уровень инструктивности контента	Мобилизующие приемы	
	патриотический	оппозиционный
Инструктивный	0,102	0,867

Источник: составлено автором.

Среди информационных материалов, обладающих мобилизационным потенциалом, почти 60% оппозиционных сообщений направлены на формирование установок гражданской активности Интернет-пользователей, из них 21% в рамках онлайн-среды, 39% в рамках офлайн-пространства, то есть нацелены в том числе на конвертацию активности, переход из виртуального в реальное пространство. Распределение представлено на рисунке 19. В патриотических потоках только 26% фиксируемых материалов способствуют формированию установок гражданской активности, преимущественно связанных с волонтерской помощью фронту, гуманитарной поддержкой жителей новых регионов. Форматы активности в информационном потоке оппозиционной направленности более разнообразны и варьируются от репостов отдельных сообщений, часто обладающих символическим статусом (манифестов, заявлений, определяющих гражданскую позицию, выбора сетевых «статусов»), до подписания петиций, сбора денежных средств для решения конкретных задач (например, помощи так называемым политическим заключенным, эмигрантам, журналистам и блогерам, находящимся за пределами страны, а также правозащитникам и гражданским активистам).



Источник: составлено автором.

Рисунок 19 – Распределение политического контента по формируемому типу гражданской активности, в процентах

Форматы протестной офлайн-активности являются довольно редкими, но распространяются в отдельных микро-сегментах блогехостинга как реакция на конкретные события-триггеры. Наиболее распространенными являются форматы одиночных пикетов, анонимного тиражирования плакатов, стикеров и иных визуальных средств на городских улицах. В условиях ужесточения контроля за соблюдением законодательства в сфере участия граждан в несанкционированных публичных мероприятиях (митингах, пикетах, шествиях) популяризируемые форматы гражданской активности в информационных потоках оппозиции становятся рассредоточенными и скрытыми, при этом не сокращаются в представленности и разнообразии форм. Для стимулирования гражданской активности в политических сегментах социальных медиа чаще всего используется именно технология заражения. В качестве стимула для конвертации офлайн-активности используются именно технологии убеждения, внушения, заражения и устрашения, распределяемые по частоте использования в зависимости от сегмента. Подробные результаты анализа приемов воздействия в провластно-патриотических и оппозиционно-прозападных сообществах представлены в таблице 90.

Таблица 90 — Взаимозависимость между используемыми приемами информационно-психологического воздействия и мобилизующими приемами (из фиксируемых в документах в той или иной форме)

В процентах

Приемы воздействия	Наличие мобилизующих приемов		Отсутствие мобилизующих приемов	
	патриотический	оппозиционный	патриотический	оппозиционный
Убеждение	40	49	60	51
Внушение	24	78	76	22
Подражание	21	41	79	59
Заражение	23	34	77	66
Осмеяние	19	34	81	66
Обвинение	11	32	89	68
Обесценивание	13	49	87	51
Устрашение	31	69	69	31

Источник: составлено автором.

Одним из содержательных компонентов исследуемых информационных потоков является их персонификация – наполненность сообщений публичными акторами, выражаемая через упоминание их в сообщениях, а также через авторство отдельных публикаций. Указанные данные представлены на рисунке 20. По результатам проведенного анализа выявлено, что около 68% публикаций в оппозиционно-прозападном инфопотоке персонифицированы, содержат упоминания конкретных персон, либо подтверждены их авторством. Напротив, в

провластно-патриотическом потоке только 34% публикаций являются персонифицированными. Указанный факт свидетельствует о различиях в представленности лидеров общественного мнения в исследуемых политических сегментах блогехостинга. В патриотическом сегменте наблюдается дефицит ярких персон, публичных лидеров мнений, соответствующих различным целевым группам (как половозрастным, так и социальным).



Источник: составлено автором.

Рисунок 20 – Распределение сообщений по уровню персонификации, в процентах

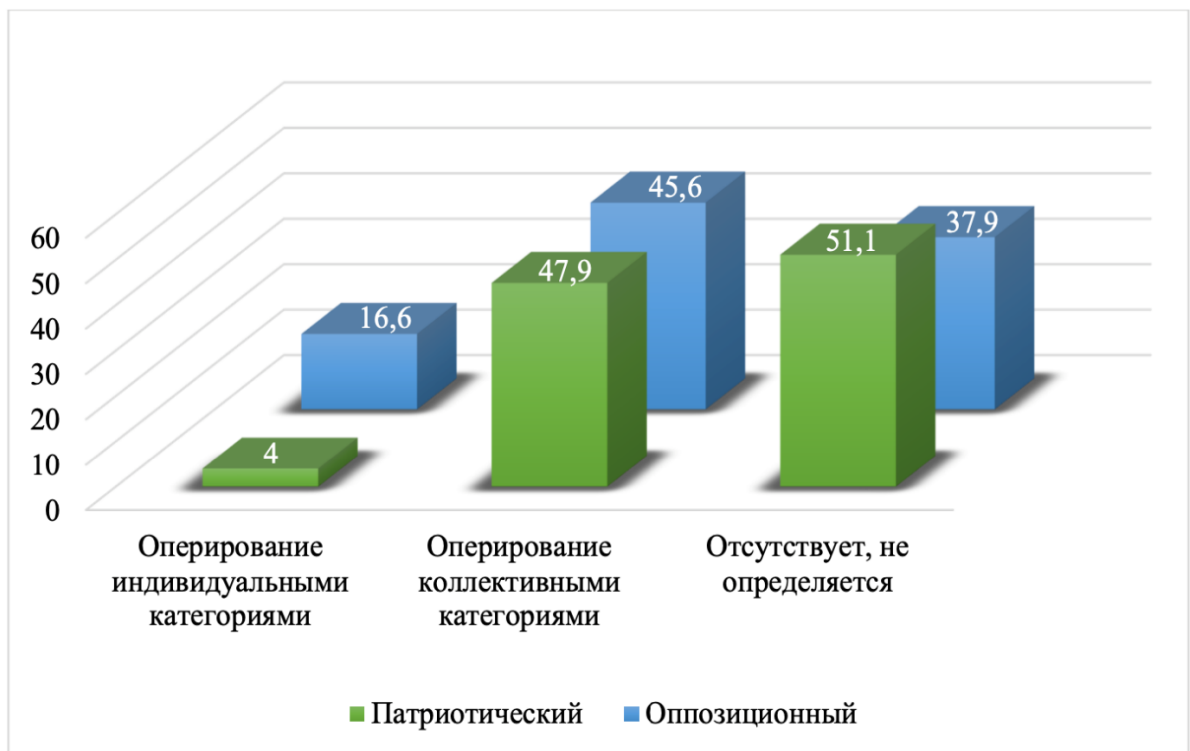
Высокий уровень персонификации информационного потока коррелирует с его мобилизационным потенциалом, обеспечивает механизмы доверия цифровому контенту, привлекает внимание массовой аудитории к информационным материалам, о чем свидетельствуют данные таблицы 91. Кроме того, лидеры мнений выступают в качестве символов отдельных тем и информационных повесток в социальных медиа.

Таблица 91 – Взаимозависимость между уровнем мобилизации контента и персонификацией публикаций, коэффициент корреляции Пирсона

Уровень персонификации	Мобилизующие приемы	
	патриотический	оппозиционный
Персонификация	0,504	0,874

Источник: составлено автором.

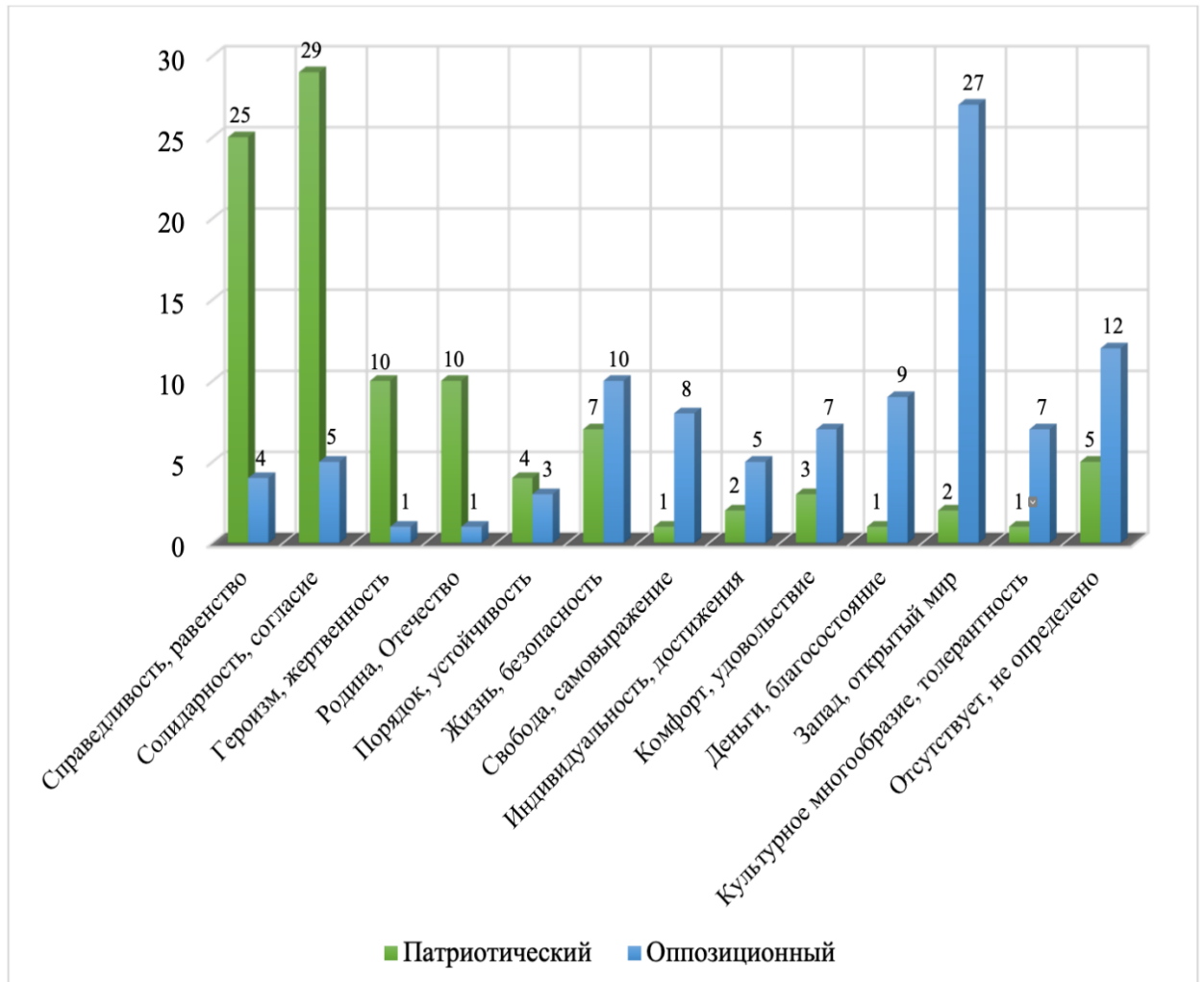
Отдельным направлением проведенного анализа является определение ценностных характеристик тематического цифрового контента, отраженные на рисунке 21. Как патриотические, так и оппозиционные материалы оперируют в основном коллективными категориями, направленными на сплочение, объединение аудитории, формирование политической общности на основе единых ценностей и установок, оценок актуальной общественно-политической повестки и картины мира в целом (48% и 46%, соответственно). Необходимо заметить, что индивидуалистические категории в несколько раз чаще фиксируются в оппозиционных материалах, преимущественно связанных с обеспечением личного благосостояния, комфорта и индивидуальной безопасности на фоне внешних вызовов и угроз. Не игнорируя приоритет личности над государством, материалы оппозиционно-прозападного инфопотока также формируют чувство общности и единства, притяжения Интернет-пользователей на основе общих принципов «несогласия», «протеста», чувства «коллективной вины», которые ретранслируются аудиторией.



Источник: составлено автором.

Рисунок 21 – Распределение сообщений по транслируемым социальным категориям, в процентах

Проведенное исследование демонстрирует наличие ценностного раскола в информационном пространстве в период проведения СВО между провластно-патриотическим и оппозиционно-прозападным сегментом, отраженное на следующем рисунке 22.



Источник: составлено автором.

Рисунок 22 — Распределение сообщений по транслируемым ценностным категориям, в процентах

Именно ценностные противоречия формируют основные различия в конструируемых в социальных медиа повестках, особенно в условиях информационного и когнитивного противоборства. Указанные распределения отражены в следующей таблице 92. Для провластно-патриотического сегмента наиболее репрезентированными являются ценности солидарности (29%), справедливости (25%), героизма и жертвенности (10%), патриотизма (10%). Для оппозиционно-прозападного сегмента ценности открытого мира (27%), благосостояния (9%), личной свободы (8%), культурного многообразия и толерантности (7%), комфорта и удовольствия (7%). Информационные потоки демонстрируют прямо противоположные ценностные координаты, пронизывающие все материалы и задающие их общий нарратив. Единственными пересекающимися ценностными категориями между двумя сегментами являются базовые и экзистенциальные ценности жизни и безопасности (7% и 10%, соответственно).

Таблица 92 – Взаимозависимость между формируемыми ценностями и определяемыми социальными ориентациями (из фиксируемых в документах в той или иной форме)

В процентах

Ценности	Индивидуальные		Коллективные	
	патриотический	оппозиционный	патриотический	оппозиционный
Справедливость, равенство	3	5	97	95
Солидарность, согласие	1	6	99	94
Героизм, жертвенность	4	5	96	95
Родина, Отечество	3	6	97	94
Порядок, устойчивость	11	14	89	86
Жизнь, безопасность	20	21	80	79
Свобода, самовыражение	13	62	86	38
Индивидуальность, достижения	12	47	88	53
Комфорт, удовольствие	12	44	88	56
Деньги, благосостояние	10	43	90	57
Запад, открытый мир	12	39	88	61
Культурное многообразие, толерантность	10	32	90	68

Источник: составлено автором.

По результатам проведенного исследования, наибольшим мобилизующим потенциалом в провластно-патриотическом сегменте обладают информационные материалы, транслирующие ценности справедливости и равенства, героизма и жертвенности, особенно связанные с актуальной военно-политической повесткой и демонстрирующие также преемственность поколений. В оппозиционно-прозападном сегменте наибольший мобилизационный потенциал демонстрируют материалы с репрезентацией ценностей комфорта и удовольствия, свободы и самовыражения, жизни и безопасности. Подробное распределение по ценностным категориям, способных привлекать и мобилизовывать сторонников в провластно-патриотических и оппозиционно-прозападных сообществах, представлено в следующей таблице 93.

Таблица 93 – Взаимозависимость между формируемыми ценностями и использованием мобилизующих приемов (из фиксируемых в той или иной форме)

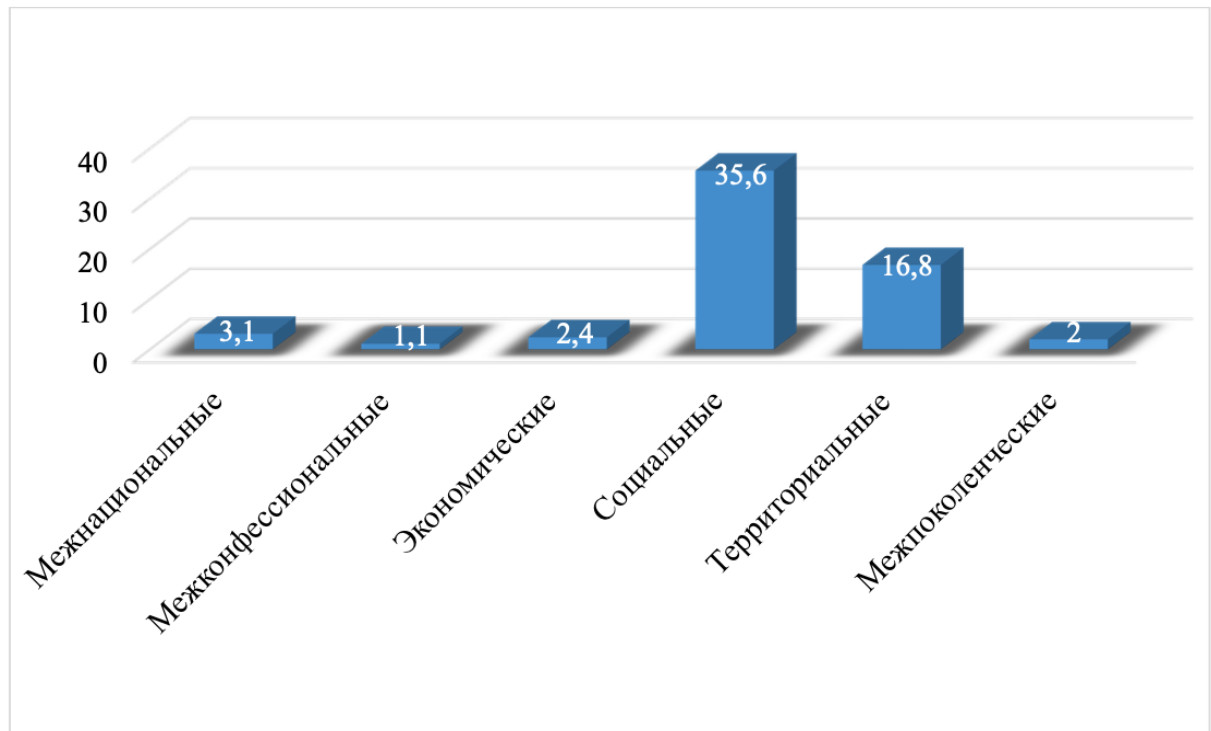
В процентах

Ценности	Наличие мобилизующих приемов		Отсутствие мобилизующих приемов	
	патриотический	оппозиционный	патриотический	оппозиционный
Справедливость, равенство	62	48	38	52
Солидарность, согласие	38	19	62	81
Героизм, жертвенность	43	9	57	91
Родина, Отечество	29	4	71	96
Порядок, устойчивость	28	57	72	43
Жизнь, безопасность	27	66	73	34
Свобода, самовыражение	6	70	94	30
Индивидуальность, достижения	17	58	83	42
Комфорт, удовольствие	2	72	98	28
Деньги, благосостояние	2	52	98	48
Запад, открытый мир	1	66	99	34
Культурное многообразие, толерантность	0	51	100	49

Источник: составлено автором.

Основной массив проанализированных сообщений оппозиционно-прозападного толка обладает также высоким конфликтогенным потенциалом и содержит в себе категории, направленные на формирование общественных расколов по различным признакам: межнациональным, межконфессиональным, экономическим, социальным, территориальным, межпоколенческим. Об этом свидетельствуют данные, представленные на следующем рисунке 23. Более чем 60% проанализированных материалов оценены как потенциально конфликтные и раскалывающие российское общество. Среди них наиболее репрезентированными являются социальные расколы, в том числе по линиям «власть — народ» и «элита — массы» (36%). Противопоставление государства обществу, продвижение идеи о массовом неодобрении реализуемого внешнеполитического курса, делегитимация государственных институтов является содержательной доминантой оппозиционно-прозападного информационного потока. Обращает на себя внимание высокая представленность материалов, формирующих территориальные расколы,

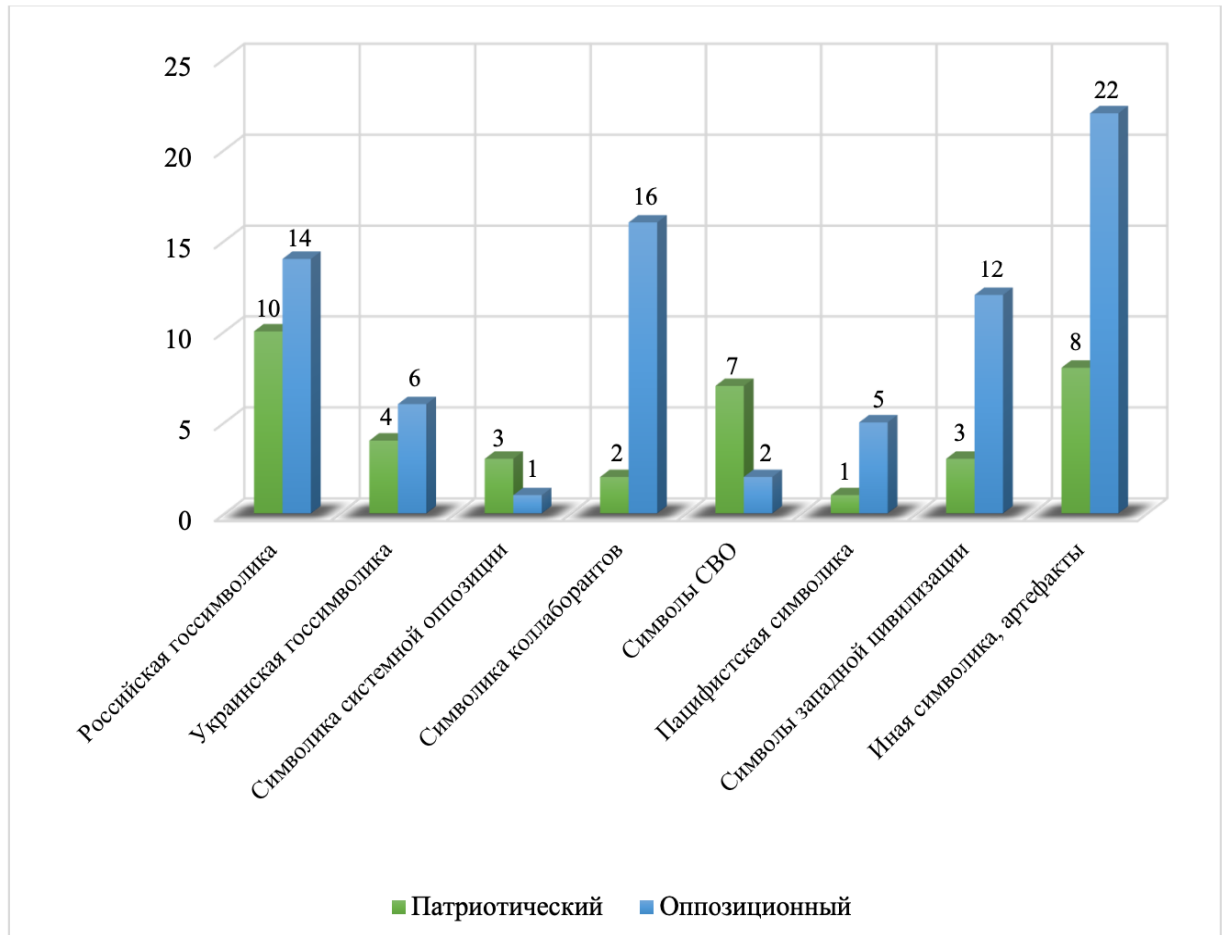
подогревающих сецессионные настроения и замороженные территориальные споры между субъектами федерации, а также продвигающие дискурсы российского «неоколониализма» среди массовой аудитории (17%).



Источник: составлено автором.

Рисунок 23 – Распределение оппозиционных сообщений по формируемым общественным расколам, в процентах

На заключительном этапе реализации когнитивного картирования определены особенности символического наполнения информационных потоков, представленные на следующем рисунке 24. Размежевания между информационными потоками проходит в том числе на символическом уровне. Наиболее используемыми политическими артефактами в провластно-патриотическом сегменте являются: российская государственная символика (10%) и символы СВО (7%). Общий уровень символического наполнения контента в данном сегменте довольно низок, представленность различных политических артефактов составляет 38%. В свою очередь, в оппозиционно-прозападных блогах общая представленность артефактов составляет 78%. Наиболее репрезентированными среди них являются: символика коллаборантов, включающая белые ленты, бело-сине-белый флаг и другие символы (16%), российская госсимволика (14%), разнообразные символы западной цивилизации (12%). При этом официальная государственная символика не является пересекающейся для двух сегментов, поскольку зачастую используется в сатирической форме или в негативном контексте.



Источник: составлено автором.

Рисунок 24 – Распределение политического контента по используемым политическим артефактам (из фиксируемых), в процентах

В завершении *параграфа 4.1* следует сделать следующие выводы. По результатам реализации когнитивного картирования полярных информационных потоков в социальных медиа провластно-патриотической и оппозиционно-прозападной направленности можно сделать следующие выводы. Начало в феврале 2022 года специальной военной операции на Украине, связанные с ней геополитические события и внутривнутриполитические процессы стало событием-триггером в развитии информационного пространства, обеспечив смену повестки в различных политических сегментах социальных медиа. Высокая динамика общественно-политических процессов повлияла на разнообразие освещаемых тем и проблем, регулярную сменяемость повесток и наполненность информационного потока. В течение всего периода наблюдения актуальные военно-политические контексты обеспечивают доминирование в тематике инфопотока.

В исследуемых сегментах блогхостинга для массовой аудитории формируются различающиеся картины общественно-политической жизни, а также принципиально расходящиеся картины мира в целом. Содержание информационных

потоков является прямо противоположным, включающим при этом уникальные контексты и тематики, характерные исключительно для данных сегментов. Несмотря на явные различия в содержании информационных потоков, в обоих политических сегментах превалируют эмоциональные приемы формирования дискурса. Подобное воздействие направлено на органы чувств, получение мгновенной эмоциональной реакции, отклика аудитории на соответствующий цифровой контент. Особенно часто подобные технологии используются в оппозиционно-прозападном сегменте блогхостинга для однозначной негативизации общественно-политических процессов в сознании массовой аудитории.

Для оппозиционно-прозападного сегмента более характерной является внушающая модель, связанная с комплексным использованием технологии внушения, которая предполагает оказание целенаправленного воздействия на эмоционально-чувственную сферу, включая симпатии и предпочтения аудитории с помощью трансляции единых схем, которые внедряются в сознание граждан. Информационные материалы о СВО оппозиционного толка обладают большим мобилизационным ресурсом и инструктивным характером. В половине проанализированного цифрового контента содержатся прямые или косвенные призывы, побуждения, подталкивания к совершению аудиторией определенных форм активности как в онлайн-, так и в офлайн-среде. Почти две трети оппозиционных сообщений направлены на формирование установок гражданской активности Интернет-пользователей, из них как в рамках онлайн-, так и офлайн-пространства, то есть нацелены в том числе на конвертацию активности, переход из виртуального в реальное пространство. Форматы активности в информационном потоке оппозиционно-прозападной направленности разнообразны.

В провластно-патриотических потоках только четверть материалов способствуют формированию установок гражданской активности. Кроме того, оппозиционные материалы в большинстве случаев нацелены на раскрытие общественных расколов в российском обществе, преимущественно по социальным и территориальным линиям. Как патриотические, так и оппозиционные материалы оперируют в основном коллективными категориями, направленными на сплочение, объединение аудитории, формирование политической общности на основе единых ценностей и установок, оценок актуальной общественно-политической повестки и картины мира в целом. В провластно-патриотическом сегменте наблюдается дефицит ярких персон, публичных лидеров мнений, соответствующих различным целевым группам (как половозрастным, так и социальным), что существенно ограничивает мобилизационный потенциал данных публикаций.

Каждый исследуемый сегмент придерживается общей модели информационно-психологического воздействия на аудиторию. Для провластно-патриотического сегмента характерна убеждающая модель, связанная с активным использованием технологии убеждения, обеспечивающая согласие аудитории при помощи системы логических доказательств, аргументации, активный анализ информации со стороны адресных групп. Между тем зафиксировано наличие ценностного раскола в информационном пространстве в период проведения СВО между провластно-патриотическим и оппозиционно-прозападным сегментом: между справедливостью и личным комфортом, солидарностью и благосостоянием, героизмом, защитой Родины и открытым миром, культурным многообразием. Именно ценностные противоречия формируют основные различия в конструируемых в социальных медиа повестках, особенно в условиях информационного и когнитивного противоборства.

4.2 Динамика изменений сетевых акторов и инфраструктуры информационных потоков политической мобилизации

Описание методики и инструментария. Качественная сторона пересборки пространства политической мобилизации в российском сегменте социальных медиа проанализирована посредством фрейм-анализа. Методика фрейм-анализа применялась как разновидность качественного контент-анализа, нацеленного на понимающее восприятие содержательных характеристик релевантного предмету исследования текста. Фрейм-анализ предполагал выявление рамок восприятия смыслов, задаваемых авторами изучаемых текстов. Эти границы (фреймы) анализировались по следующим ключевым рамкам: «рамка потребностей», «рамка проблемных условий и обстоятельств», «рамка решения». Для каждого фрейма определялась технология создания границ восприятия смыслов и значений.

Обоснование выборочной совокупности документов для фрейм-анализа включало несколько этапов. На первом была построена классификация типов цифровых агентов, формирующих гражданские и политические установки пользователей социальных медиа. Исследовательским кейсом выступило формирование мнения пользовательской аудитории о специальной военной операции. Цифровые агенты – генераторы дискурсов о специальной военной операции были сегментированы по 4 сегментам на основании репрезентации патриотических установок и лояльности государственной власти: 1) провластные патриоты; 2) оппозиционные патриоты; 3) оппозиционные коллаборанты; 4) провластные коллаборанты. Общая схема выделенных сегментов представлена на

рисунке 25. На втором этапе были отобраны релевантные социально-медийные ресурсы – представители каждого из указанных сегментов, являющиеся наиболее влиятельными цифровыми сообществами и пабликами, формирующими политические и гражданские установки пользователей. На третьем этапе были определены наиболее резонансные цифровые документы (публикации) отобранных цифровых ресурсов с наибольшим числом просмотров, лайков, комментариев и репостов, то есть документы, в отношении которых получен наиболее высокий уровень общественной вовлеченности и одобрения.



Источник: составлено автором.

Рисунок 25 – Выделенные сегменты цифровых агентов, формирующих гражданские и политические установки пользователей социальных медиа, реализующие их мобилизацию

Количественная сторона процесса пересборки проанализирована с использованием сетевого анализа. В настоящем исследовании сетевой анализ подразумевает автоматизированное построение и качественную интерпретацию социального графа, узлами которого являются цифровые сообщества и аккаунты, представляющие различные политические сегменты в социальных медиа, выделенные и описанные на предыдущем этапе фрейм-анализа. По результатам сетевого анализа определяется уровень интегрированности выделенных политических сегментов блогхостинга, определяющий их мобилизационный

потенциал и достижение пользовательской конверсии в различные типы гражданской и политической активности.

Для реализации сетевого анализа отобрано 100 релевантных цифровых сообществ и аккаунтов в социальной сети «ВКонтакте», участвующих в создании и распространении соответствующего тематического контента. В выборку попали цифровые сообщества и аккаунты, соответствующие следующим критериям: 1) охват аудитории – не менее 1000 пользователей; 2) регулярная публикационная и пользовательская активность; 3) низкий уровень ботовости аудитории. Использование метода с использованием открытых инструментов API (программного интерфейса) социальной сети «ВКонтакте» позволило автоматизировать процедуры получения данных о цифровых сообществах, соответствующих указанным критериям. Для определения внутренних связей между отобранными цифровыми сообществами на основании пересечения аудитории и контента применяется программное обеспечение, написанное на языке программирования R с использованием необходимых технических библиотек. Заложённая в основу процедуры математическая функция основывается на биективном отображении пересечения множеств, целью которого является поиск пересечений в списках участников групп и их взаимных упоминаний на основе общедоступных данных цифровых страниц, получаемых напрямую от сервиса.

Сетевой анализ также использован для определения типичных моделей управления цифровыми сообществами – различных агентов политической мобилизации пользователей социальных медиа. На основании полученного ранее перечня таких сообществ проведен анализ внутренних связей их участников («дружеских» связей между участниками сообществ). По результатам обработки данных сформированы социальные графы – визуальные модели каждого сообщества. Инструмент: авторское программное обеспечение «Социальный граф» – внутреннее приложение для социальной сети «ВКонтакте», программа написана на языке программирования «JavaScript», интерпретируется внутри пакета «nodejs» версии не ниже 7.5; визуальная часть программы выполнена с применением плагина «jQuery VisJS». Полученные графы были сгруппированы для обнаружения повторяющихся типов управления сообществами с учетом схожих характеристик в структуре и администрировании. Дополнительным элементом данной работы стал киберметрический анализ деятельности цифровых сообществ с целью выявления основных характеристик публикационной и пользовательской активности, позволяющие утверждать об уровне влияния данных площадок на массовую аудиторию. Инструмент: сервис аналитики цифровых сообществ и аккаунтов «Popsters».

Результаты анализа. Ниже показаны базовые рамки наиболее резонансных материалов цифровых платформ, относящихся к перечисленным в методике анализа сегментам по указанным характеристикам. Общей характеристикой описания проблемных условий материалов из кластера провластных патриотов служит указание на внешнюю природу этих противоречий. Результаты фрейм-анализа по данному сегменту представлены в таблице 94.

Таблица 94 – Базовые фреймы сегмента «провластные патриоты»

Артикулируемое решение, технологии создание фреймов	Публичный актор	Выдвигаемая потребность, проблемное условие
1	2	3
Решение: введение частичной мобилизации.	Владимир Путин, Президент Российской Федерации	Потребность: защита суверенитета, безопасности и территориальной целостности России.
Технология создания фрейма: рациональная аргументация.		Проблемное условие: агрессивная политика Запада перешла все грани: угрозы в адрес нашей страны, ядерный шантаж, подталкивание Киева к переносу военных действий на нашу территорию.
Решение: принятие решения о проведении специальной военной операции, демилитаризация и денацификация Украины.	Владимир Путин, Президент Российской Федерации	Потребность: защита российских интересов, существование и суверенитета страны.
Технология создания фрейма: рациональная аргументация.		Проблемное условие: расширение НАТО на восток, на прилегающих к нам территориях создается враждебная нам «анти-Россия», которая поставлена под полный внешний контроль, усиленно обживается вооруженными силами натовских стран и накачивается самым современным оружием.
Решение: установление нового миропорядка, многополярный мир.	Владимир Путин, Президент Российской Федерации	Потребность: не должно быть деления на так называемые цивилизованные страны и все остальные, необходимо честное партнерство, в принципе отрицающее любую исключительность.
Технология создания фрейма: рациональная аргументация.		Проблемное условие: неготовность Запада к конструктивному диалогу, навязывание им своей картины мира, колониализм, диктат и гегемония Запада.

Продолжение таблицы 94

1	2	3
Решение: единственная возможность спасти реальную украинскую, малоросскую культуру — это вернуть данную культуру в русский контекст. В Россию. Поэтому и СВО закончится в Киеве.	Захар Прилепин, писатель, общественный деятель	Потребность: сохранение украинской культуры.
Технология создания фрейма: эмоциональная стереотипизация		Проблемное условие: пришедшая к власти на Украине группировка — это не только антирусский проект, это антиукраинский проект.
Решение: большей части человечества, не согласной с отведенной ей ролью «кормовой базы» Запада, важно объединиться и положить конец неоколониальной гегемонии, окончательно вывести свои политические, экономические, социальные и культурные системы из-под влияния западной так называемой цивилизации.	Николай Патрушев, секретарь Совета Безопасности Российской Федерации	Потребность: организованно противостоять западной геополитической агрессии в масштабной битве за умы и сердца; запрос на многополярный мир.
Технология создания фрейма: рациональная аргументация.		Проблемное условие: распад СССР привел к смещению баланса сил, и борцы за доминирование (западные страны) поспешили воспользоваться этим поводом, чтобы усилить свой диктат остальному миру (западное доминирование, с которым необходимо бороться).
Решение: для победы необходимо, чтобы это была именно народная война, чтобы каждый человек чувствовал свою сопричастность; подключение политологического сообщества к ведению идеологической (смысловой) войны.	Сергей Кириенко, первый заместитель руководителя Администрации Президента Российской Федерации	Потребность: чтобы каждый человек имел возможность внести свой вклад в нашу общую победу.
Технология создания фрейма: мотивирование к действию.		Проблемное условие: ведение против России и «горячей», и экономической, и психологической, информационной (идеологической) войн.

Продолжение таблицы 94

1	2	3
Решение: достижение масштабных побед, денацификации и демилитаризации противника, освобождения Украины от нацистского режима и западной колонизации.	Александр Дугин, философ	Потребность: необходимость отстаивания суверенной российской цивилизации.
Технология создания фрейма: рациональная аргументация.		Проблемное условие: глобальное столкновение нашей и западной цивилизации; длительное западное влияние на нашу цивилизацию.
Решение: мы должны поддержать нашего Президента и твердо сказать, что Госдума здесь выступает единым целым. Мы за то, чтобы победа была достигнута, чего бы это ни стоило.	Вячеслав Никонов, депутат Государственной Думы Российской Федерации («Единая Россия»)	Потребность: нет четкой артикуляции.
Технология создания фрейма: эмоциональная стереотипизация.		Проблемное условие: идеология нацизма создает угрозы существования России.
Решение: больше внимания уделить тем, кто приехал в нашу страну, воссоединился с Россией, кто считает ее своим домом.	Вячеслав Володин, председатель Государственной Думы Российской Федерации («Единая Россия»)	Потребность: не артикулируется.
Технология создания фрейма: эмоциональная стереотипизация		Проблемное условие: из России уезжают люди.
Решение: преодоление всех вызовов посредством объединения; бизнесу ни в коем случае нельзя наживаться на людях, необходимо пересмотреть подходы, самим инициировать решения, которые снимут проблемы, государству нужно найти решения, чтобы сохранить рабочие места наших граждан в тех сегментах рынка, откуда ушли зарубежные компании.	Вячеслав Володин, председатель Государственной Думы Российской Федерации («Единая Россия»)	Потребность: сделать страну сильнее, экономику — эффективнее, а жизнь — более справедливой.
Технология создания фрейма: мотивирование к действию, эмоциональная стереотипизация.		Проблемное условие: усиление ограничительных мер, санкций Запада, уход ряда компаний.

Продолжение таблицы 94

1	2	3
Решение: демилитаризация Украины — единственный оставшийся путь, который позволит предотвратить войну в Европе, единственная возможность остановить бойню и гуманитарную катастрофу.	Вячеслав Володин, председатель Государственной Думы («Единая Россия»)	Потребность: защитить людей, проживающих на юго-востоке Украины.
Технология создания фрейма: ценностное подчинение.		Проблемное условие: Вашингтон создал ситуацию, не разрешив которую мир неминуемо столкнулся бы с большой войной.
Решение: строить многополярный мир с Китаем, Индией, странами Залива и Азией.	Александр Дынкин, ученый, академик РАН	Потребность: переход к многополярному миру.
Технология создания фрейма: рациональная аргументация.		Проблемное условие: идет смена парадигмы внешней политики с модели «Восток — Запад» на модель «Север — Юг»; в Северном полушарии можно наблюдать биполярность, аналогичную той, что была во второй половине XX века. Страны НАТО плюс Япония плотно консолидировались.
Решение: не взывать к благоразумию западных врагов, а заставить просить о пощаде в проигранном экономическом сражении, завершая его их полной и безоговорочной капитуляцией.	Дмитрий Медведев, заместитель председателя Совета Безопасности Российской Федерации	Потребность: делать все, чтобы незаконные санкции помогли решить нашей стране важнейшие производственные и технологические проблемы.
Технология создания фрейма: рациональная аргументация, противопоставление.		Проблемное условие: очередной пакет западных санкций (незаконные санкции).
Решение: пересмотр деятельности ООН как единственного универсального инструмента урегулирования международных разногласий без чего произойдет деградация системы международного права.	Дмитрий Медведев, заместитель председателя Совета Безопасности Российской Федерации	Потребность: мирное сосуществование разных государств; защита своих граждан и государственной независимости.
Технология создания фрейма: рациональная аргументация.		Проблемное условие: продолжающееся противостояние России и Запада.

Продолжение таблицы 94

1	2	3
Решение: победа России любой ценой («мы должны победить, потому что мы боремся за наше существование; денацификация Украины»).	Юрий Подоляка, блогер	Потребность: сохранение России как самобытной цивилизации, народа и общества; рождение идеологии в России.
Технология создания фрейма: эмоциональная стереотипизация.		Проблемное условие: возрождение нацизма на Украине; нас хотят уничтожить при помощи созданного на Украине нацистского государства.

Источник: составлено автором.

Заявляемые проблемные условия связываются с политикой Запада в отношении России, его агрессии, стремлении нанести поражение стратегии защиты Россией своих интересов и суверенитета. Представленные в анализируемых документах потребности соответствуют названным проблемам, это обратная сторона их устранения: построение системы мирного сосуществования государств; восстановление их государственной независимости, преодоление неокOLONиального мирового уклада и доминирования одного геополитического центра, а также, что составляет основной акцент материалов исследуемого кластера — выживание России как цивилизации, обеспечение условий для сохранения и воспроизводства российских духовных ценностей. Фактически данные потребности можно объединить под куполом такой ценной для провластных патриотов потребности, как достижение и укрепление социального консенсуса, общественной солидарности и интегрированности общества как базового условия противостояния Западу в его намерении подчинить Россию своим интересам и упразднить ее самобытность и ориентированность на традиционные российские ценности.

Предлагаемые в фрейме провластных патриотов решения сложившихся проблемных условий связаны с осуществлением всех необходимых мер противоборства агрессивному внешнему воздействию стран Запада. Эти решения имеют два направления: первое связано с мерами по укреплению общественного консенсуса в российском обществе, согласия в отношении необходимости противостоять внешней агрессии для сохранения страны, второе касается создания условий для развития многополярного мира, поддержка различных альтернативных геополитических центров, стран Глобального Юга, расширение влияния БРИКС как одного из новых локомотивов мировой экономики и культуры.

Анализируя общие рамки фрейма, задаваемого оппозиционными патриотами, представленного в следующей таблице 95, отметим, что в качестве проблемных обстоятельств устанавливается несоответствие между декларируемыми целями специальной военной операции, риторикой власти о спецоперации и реальным положением вещей. По сути, материалы создают условия для подрыва доверия к действующей власти, формирования критического отношения к ее решениям. Степень оппозиционности и критичности материалов данного сегмента – разная: от утверждения о том, что необходимы более решительные меры в связи с проведением специальной военной операции до прямых обвинений в адрес власти, касающихся рассогласования постулируемого и реального. При этом общей рамкой фрейма оппозиционных патриотов служит признание неизбежности и необходимости проведения спецоперации, отличиями являются лишь понимание того, какие «ошибки» допущены властью в ходе координации и сопровождения спецоперации.

Как правило, такой базовый компонент фрейма, как потребности, четко не артикулируется в сообщениях, потребности фактически подменяются и исчерпываются проблемными условиями. Исключениями являются материалы, связанные с символическими конструкциями и наполнением информационной среды, касающимися военных действий. В этих постах четко коннотируется потребность в формировании ясных, адекватных символов СВО и честных смыслов, связанных со спецоперацией. Наиболее резкий эффект критичности создается материалами, в которых авторы пытаются убедить аудиторию в том, что власть осознанно ведет «двойную игру», скрывает от населения истинные обстоятельства старта спецоперации на Украине и геополитическую подоплеку всех управленческих решений в связи со спецоперацией.

Предлагаемые решения в анализируемом фрейме довольно радикальны: изменить официальную риторику, отказаться от прежних символов и смыслов спецоперации на Украине. Кроме того, представленные в оппозиционно-патриотичном фрейме решения могут быть противоречивы: от ужесточения ведения СВО до немедленного отказа от ее продолжения и закрепления на достигнутом. За редким исключением собственные фреймы оппозиционные патриоты создают с применением рациональной аргументации, приводя последовательные доводы в обоснование своей позиции и привлекая показательную статистику, анализ событий, тенденций в экономике и социокультурной сфере страны. Таким образом, в качестве целевой аудитории оппозиционных патриотов можно рассматривать пользователей с ориентацией на дигитальную репрезентативную систему. Это существенным образом сокращает потенциальную таргетную аудиторию сообщений и снижает

продуктивность воздействия, так как исключает влияние на эмоциональную, иррациональную сферу, не захватывает чувства аудитории.

Таблица 95 – Базовые фреймы сегмента «оппозиционные патриоты»

Артикулируемое решение, технологии создание фреймов	Публичный актер	Выдвигаемая потребность, проблемное условие
1	2	3
Решение: интенсификация СВО.	Евгений Пригожин, предприниматель	Потребность: не артикулирована.
Технология создания фрейма: рациональная аргументация.		Проблемное условие: несоблюдение интересов русского общества.
Решение: быстрая военная мобилизация экономики, общества и культуры.	Сергей Марков, политолог	Потребность: Не артикулирована.
Технология создания фрейма: рациональная аргументация.		Проблемные условия: ошибки действующей власти в ходе СВО, итоги которых – превращение СВО в долговременный конфликт, угрожающий потерей российской государственности, поражением, ведущем к разделению страны на части, катастрофические последствия для экономики страны, окончательное установление доминирования антирусских настроений в Западном мире, Украине и других странах постсоветского пространства.
Решение: изменить символы СВО.	Сергей Марков, политолог	Потребность: понятные и непротиворечивые символы СВО.
Технология создания фрейма: эмоциональная проекция.		Проблемное условие: несоответствие между символикой СВО (символами Z и V) и культурным кодом россиян.
Решение: не артикулируется.	Сергей Караганов, ученый	Потребности: четкое обозначение для россиян целей СВО.
Технология создания фрейма: рациональная аргументация.		Проблемные условия: отсутствие понимания русскими истинных целей СВО, размытость смыслов «денацификация» и «демилитаризация» Украины; трата средств на войну вместо вложения в развитие дальних регионов России.

Продолжение таблицы 95

1	2	3
Решение: не артикулируется.	Олег Царев, политик	Потребность: не артикулирована.
Технология создания фрейма: рациональная аргументация.		Проблемное условие: несоответствие между официальной риторикой власти об СВО и реальными событиями, связанными с СВО.
Решение: срочное изменение отношения губернаторов к оказанию помощи мобилизованным.	Тематический политический паблик в социальных медиа	Потребности: освещение правды об СВО, оказание действенной помощи мобилизованным.
Технология создания фрейма: эмоциональная стереотипизация.		Проблемные условия: провальная частичная мобилизация, отсутствие в регионах реальной поддержки мобилизованных.

Источник: составлено автором.

Резюмируя основные черты фрейма, формируемого оппозиционными патриотами, подчеркнем, что в отношении спецоперации на Украине они характеризуются наличием консенсуса: признания необходимости, неизбежности спецоперации, ее значимости для страны и мира. Расхождения, вносящие разные акценты в строимые границы восприятия дискурса спецоперации, связаны с разными мнениями о сроках проведения, жесткости ведения боевых действий и их информационным сопровождением. Несомненно, общим углом зрения оппозиционных патриотов на СВО следует считать позицию о том, что действующая власть не справляется с управлением и обеспечением спецоперации смысловой нагрузкой.

Характеризуя рамки фрейма, устанавливаемого провластными коллаборантами, подчеркнем, что их основная идея заключается в критическом отношении к решению власти противостоять Западу. Результаты фрейм-анализа по данному сегменту представлены в следующей таблице 96. Погружаясь в дискуссию о необходимости смены парадигмы мышления в системе «свой – чужой», «друг – враг» и схожих, авторы материалов данного кластера указывают на негативные последствия такой стратегии. В этом сегменте доминирует позиция, связанная с преобладанием отрицательных и фатальных для России эффектов столкновения с западными странами. Соответственно данные «катастрофические» последствия для экономики и качества жизни россиян, обострение угрозы мировой войны видятся

генераторами контента анализируемого кластера как ключевые проблемные условия, провозглашаемые потребности относятся к базовому уровню — повышение благосостояния россиян.

Таблица 96 – Базовые фреймы сегмента «провластные коллаборанты»

Артикулируемое решение, технологии создание фреймов	Публичный актор	Выдвигаемая потребность, проблемное условие
1	2	3
Решение: уметь диагностировать в себе массовые эмоции, никому лично не принадлежащие, общие: дуальное деление на мы-они в корне неверно. Мир не делится на бинарные оппозиции. Рациональность не противоречит моральным соображениям, если они универсальны, то есть применимы прежде всего к себе.	Журналист	Потребность: выживание в когнитивной войне.
Технология создания фрейма: рациональная аргументация.		Проблемное условие: проблема в абсолютизации абстрактной, воображаемой границы между своими и чужими. Эта воображаемая граница всегда ложна, когда без остатка делит мир на две части.
Решение: запуск службы депутатской поддержки для тех, кто столкнулся с нарушениями в ходе призыва.	Депутат Государственной Думы Российской Федерации	Потребность: огласить четкие критерии частичной мобилизации, чтобы частичная мобилизация шла строго по закону.
Технология создания фрейма: эмоциональная стереотипизация, ценностное подчинение.		Проблемное условие: проблемы с частичной мобилизацией: вместо 300 тысяч повесток их разослали едва ли не миллион. Хватает всех подряд.
Решение: не артикулируется	Известный российский политолог, публицист	Потребность: запрос на критику власти и на политизацию самих общественных процессов
Технология создания фрейма: эмоциональная стереотипизация.		Проблемное условие: по сути, сейчас формируются новые группы оппозиции: озлобленные патриоты бросились критиковать власть и вдруг обнаружили, что на них, как ранее на либералов, власть реагирует нервно и жестко.

Продолжение таблицы 96

1	2	3
Решение: не артикулируется.	Депутат Государственной Думы Российской Федерации	Потребность: не артикулируется
Технология создания фрейма: рациональная аргументация.		Проблемное условие: непропорциональность частичной мобилизации: наблюдается неравномерность между субъектами, а внутри - между городским и сельским населением.
Решение: не артикулируется («я не знаю, как дальше жить»).	Известный бизнесмен	Потребность: снятие санкционных ограничений.
Технология создания фрейма: эмоциональная стереотипизация.		Проблемное условие: «нелогичные» европейские санкции: европейские лидеры ошибочно полагают, что бизнесмены могут влиять на проведение «военной операции» на Украине.
Решение: было бы неплохо компенсировать внешнее давление раскручиванием гаек внутри страны, а не очередным нажимом на население.	Известный российский политолог, публицист	Потребность: надежда, что Россия все еще может вернуться в мировую экономику, укрепив свои позиции и авторитет, а не превратившись в гигантскую Северную Корею.
Технология создания фрейма: рациональная аргументация.		Проблемное условие: специальная военная операция на Украине носит ярко выраженный политический контекст. Но, похоже, что власти никак не просчитывали риски: Россия подошла к конфликту с дефицитом, серьезно измотанная пандемией и влиянием санкций.
Решение: дать высказаться обеим сторонам, не навязывая никому свою собственную позицию. Главное в текущей ситуации тщательный фактчекинг.	Известный журналист, общественный деятель	Потребность: сохранять объективность при освещении происходящих событий.
Технология создания фрейма: рациональная аргументация.		Проблемное условие: сейчас в российском информационном пространстве пропаганда бьется с пропагандой. Многочисленные ресурсы якобы борьбы с фейками сами плодят фейки, устраивая псевдоразбор неудобной новости.

Продолжение таблицы 96

1	2	3
Решение: формирование Триединого северного геополитического кластера «Великий Север» — Россия, США и Европа, образующие общее социокультурное пространство.	Известный российский чиновник, политолог	Потребность: не артикулируется.
Технология создания фрейма: рациональная аргументация		Проблемное условие: столкновение цивилизаций, передел мира
Решение: готовим инициативы о максимальной разбюрократизации и свободе предпринимательства, снижении налогов, устранения запретов, отказ от «силового пресса» на предпринимателей и т.д.	Депутат Государственной Думы Российской Федерации	Потребность: необходимость возрождения среднего класса в стране.
Технология создания фрейма: рациональная аргументация.		Проблемное условие: экономика страны в сложнейшем положении.

Источник: составлено автором.

Предлагаемые решения: восстановление мирной жизни, отказ от ведения спецоперации, реконструкция благоприятных условий социально-экономического развития России. В отличие от оппозиционных, провластные коллаборанты не фокусируются на критике действующей власти, а сосредоточены на анализе текущей ситуации, в меньшей степени, чем оппозиционные патриоты озабочены ценностной составляющей государственной политики, не считают идеологию важным элементом общественной жизни, это фактически в чистом виде прагматическая позиция, увязывающая интересы государства и общества с исключительно экономической выгодой.

Сегмент оппозиционных коллаборантов объединяет рамки критики воинственной позиции действующей российской власти в отношении западного мира с обвинением ее представителей в личных амбициях, в том, что они руководствуются чувством исторической травмы и реваншизмом в принятии решений геополитического уровня, по сути, критикуют их за безответственность за эти решения, способные привести к третьей мировой войне. Результаты фрейм-анализа по данному сегменту представлены в следующей таблице 97. Заметим, что провозглашаемые в этом сегменте фреймов потребности во многом сходны с

другими кластерами: мирная жизнь, высокое качество жизни граждан, следование высоким нравственным идеалам и духовным ценностям.

Таблица 97 – Базовые фреймы сегмента «оппозиционные коллаборанты»

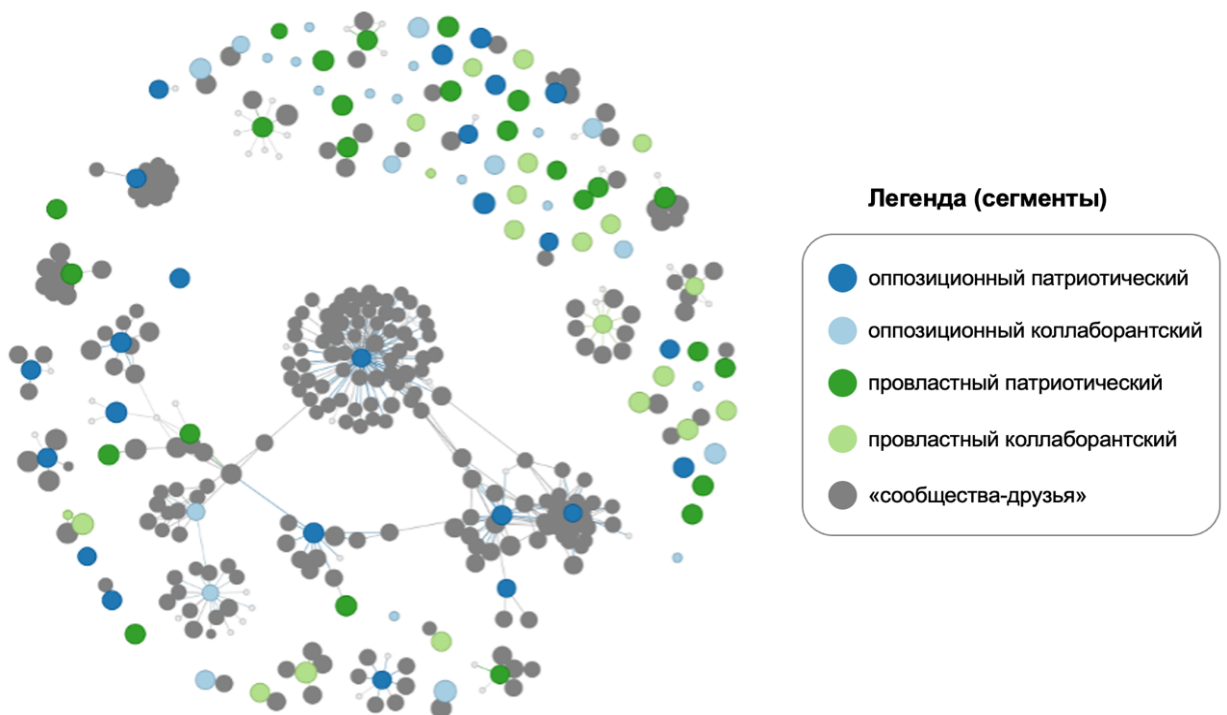
Артикулируемое решение, технологии создание фреймов	Публичный актор	Выдвигаемая потребность, проблемное условие
Решение: установление парламентской республики в России (нового политического порядка).	Алексей Навальный, политик, блогер	Потребность: изменения в «постпутинской» и «поствоенной» России.
Технология создания фрейма: рациональная аргументация.		Проблемное условие: угроза миру и стабильности в Европе – агрессивный имперский авторитаризм, бесконечно самовозрождающийся в России.
Решение: призыв к мировому сообществу не унижать русских, помочь им в противостоянии власти.	Илья Яшин, политик, блогер	Потребность: не артикулируется
Технология создания фрейма: эмоциональная стереотипизация.		Проблемное условие: претензия Запада к русским: вы не сопротивляйтесь агрессивной политике своего правительства, а значит становитесь соучастниками военных преступлений.
Решение: прекратить войну с Украиной.	Страница цифрового сообщества политической партии «Яблоко»	Потребность: мир между странами.
Технология создания фрейма: формирование чувства вины, ценностное подчинение, эмоциональная стереотипизация.		Проблемное условие: военные действия обернутся катастрофой для России: ухудшится жизнь в стране, будет много смертей, новый виток гонки вооружений и возрастет вероятность мировой войны.
Примечания		
1 Здесь и далее Навальный Алексей Анатольевич внесен в перечень террористов и экстремистов на территории Российской Федерации.		
2 Яшин Илья Валерьевич внесен в перечень физических лиц, выполняющих функции иностранного агента на территории Российской Федерации.		

Источник: составлено автором.

Вместе с тем, под общую для нескольких кластеров потребность ставится совершенно специфическое проблемное условие: личная позиция первых лиц страны, рассогласованная с интересами мирной жизни граждан страны. Соответственно, решением видится противостояние действующей российской

власти. Отличительным свойством и родовым признаком фреймов, формируемых материалами оппозиционных коллаборантов, служит призыв к россиянам противостоять политике российской власти, использование манипуляционных технологий эмоциональной стереотипизации, проецирующей абсолютные общечеловеческие ценности на оценку конкретного политического решения с уводом за скобки контекстов и обстоятельств их принятия.

По результатам автоматизированного сбора и обработки цифровых данных о цифровых сообществах выделенных сегментов и их участниках построена цифровая карта, отраженная на рисунке 26. На карте в виде неориентированного социального графа точками продемонстрированы цифровые сообщества, находящиеся во взаимосвязи друг с другом на основе пересечения аудиторий и контента. Серыми точками обозначены дополнительные дружеские сообщества («сообщества-друзья») на основе связей 1 уровня, образующих общую цифровую инфраструктуру. Примечательно, что большое число цифровых сообществ не только обладает взаимосвязями, но и образует собственные переплетенные сетевые структуры, наполненные 30-40 дополнительными группами различного содержания. Цветовые индикаторы сообществ соответствуют их принадлежности к политическому сегменту.



Источник: составлено автором.

Рисунок 26 – Сетевая архитектура информационного потока политической мобилизации в социальной сети «ВКонтакте» по цифровым сегментам политической модальности

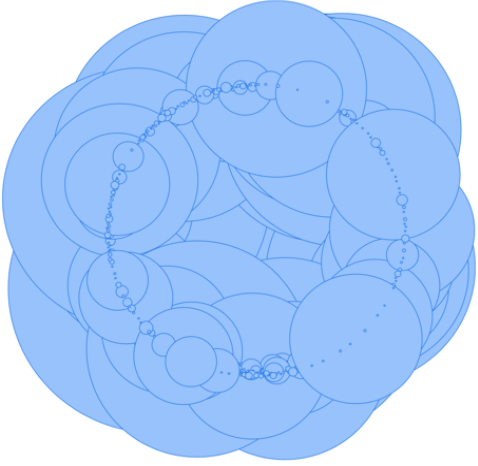
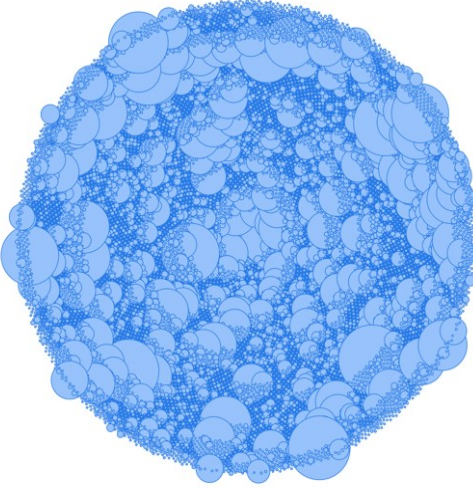
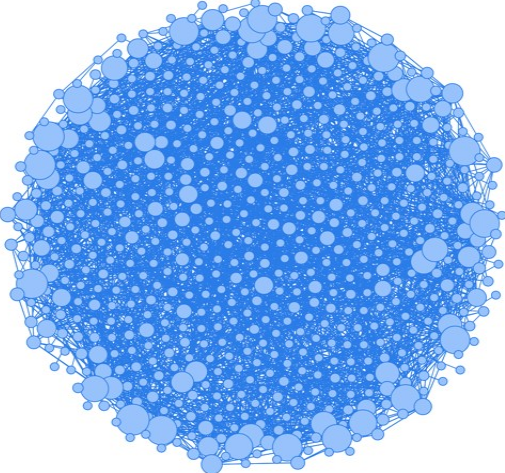
Оппозиционный патриотический сегмент является наиболее развитым и интегрированным в пространстве цифровых коммуникаций. Рассмотренные аккаунты формируют наиболее плотные сетевые структуры, обладающие множественными пересечениями. Помимо общности аудиторий их объединяет дублирование единого контента, что формирует наиболее сильную инфраструктуру. На графе отражены несколько крупных центров общественного мнения, являющихся хабами («точками пересечения») сегмента в пространстве цифровых коммуникаций. Оппозиционный коллаборантский сегмент ограничивается накладываемыми ограничениями со стороны социальных медиа, существует в условиях блокировки большинства цифровых сообществ и аккаунтов, доступных исключительно с использованием VPN-сервисов. Тем не менее, зафиксированы некоторые узлы связей в данном сегменте. Отдельный мобилизационный потенциал данного сегмента сохраняется даже в условиях ограничений.

Провластный патриотический сегмент, напротив, является наиболее разрозненным, дезориентированным и дезинтегрированным в социальных медиа. Несмотря на значительную представленность сообществ, они не связаны между собой через общий контент и аудитории, что значительно снижает возможности онлайн-мобилизации пользователей, конверсии гражданской и политической активности в совместные офлайн-действия. Аналогичная сетевая структура характерна для провластного коллаборантского сегмента, также демонстрирующего слабость внутренних связей между пользователями и отсутствие значимых пересечений. Типологизированные визуальные модели (социальные графы) политизированных сообществ определенных ориентаций наглядно представлены в следующей таблице 98.

По результатам сетевого анализа внутренних структур указанных цифровых сообществ можно выделить три наиболее распространенные модели управления (администрирования), которые характеризуют взаимосвязи между участниками-пользователями социальных медиа, вовлеченными в деятельность политизированных групп:

- 1) вертикально-интегрированное сообщество с преобладанием в структуре макро-лидеров (инфлюенсеров – «крупных лидеров мнений»);
- 2) вертикально-интегрированное сообщество с преобладанием в структуре микро-лидеров (активистов – «локальных лидеров мнений»);
- 3) горизонтально-интегрированное сообщество с разобщенной структурой без очевидных лидеров, но объединенное общими ценностными установками либо политическими предпочтениями.

Таблица 98 – Наиболее типичные модели управления сообществами в структуре пространства политической мобилизации (по результатам сетевого анализа)

Название	Пример визуальной модели (социальный граф)	Характерные политические сегменты	Мобилизационный потенциал
Вертикально-интегрированное с преобладанием макро-лидеров	 Визуальная модель социального графа, состоящая из нескольких крупных, перекрывающихся синих кругов, образующих компактную, но разреженную структуру. Внутренние связи между узлами в этих кругах отсутствуют, что указывает на доминирование макро-лидеров.	Оппозиционные коллаборанты	Высокий
Вертикально-интегрированное с преобладанием микро-лидеров	 Визуальная модель социального графа, состоящая из множества мелких синих кругов, плотно упакованных и связанных между собой, образуя компактную, но разреженную структуру. Внутренние связи между узлами в этих кругах отсутствуют, что указывает на доминирование микро-лидеров.	Оппозиционные патриоты	Средний
Горизонтально-интегрированное	 Визуальная модель социального графа, состоящая из множества мелких синих кругов, плотно упакованных и связанных между собой, образуя компактную, но разреженную структуру. Внутренние связи между узлами в этих кругах отсутствуют, что указывает на доминирование микро-лидеров.	Провластные патриоты, провластные коллаборанты	Низкий

Источник: составлено автором.

Выделенные модели не являются исчерпывающими и относятся к наиболее частотным и типичным для каждого сегмента пространства политической мобилизации. Примечательно, что для разных сегментов характерны собственные модели управления, напрямую определяющие мобилизационный потенциал конкретных площадок, а также всего сегмента, включающего сети социально-медийных ресурсов. Таким образом, мобилизационный потенциал сегментов включает в себя два измерения: 1) доминирующую модель управления в отдельных сообществах и особенности взаимосвязи пользователей-участников с разным уровнем влияния и авторитетности; 2) степень интегрированности цепочки цифровых ресурсов с общей моделью управления внутри каждого политического сегмента.

Для сегментов патриотической направленности наиболее характерным является горизонтальный тип интеграции участников, обусловленный отсутствием как таковых крупных лидеров и микро-лидеров, способных к формированию собственных гражданских объединений и поддержанию высокого уровня вовлеченности аудитории. В таком случае площадка является единоличным источником и оператором информационных потоков, повторяя скорее линейную (транслирующую) модель коммуникации от коммуникатора к массовой аудитории. Сама аудитория, несмотря на ее массовость, является при этом исключительно потребителем информационных сообщений. Большая часть пользовательской аудитории в таком случае остается «выключенной» из повестки, формируемой цифровыми агентами, и является слабо мобилизуемой.

Существующие в структурах отдельных сообществ локальные взаимосвязи между участниками являются узкими и непрочными, что не влияет на мобилизационные способности самих ресурсов. Указанное обстоятельство представляет основной недостаток такой модели управления для достижения мобилизационного эффекта. Слабые межпользовательские связи и отсутствие внутренних хабов – точек пересечения аудиторий не представляют цифровым площадкам возможности консолидировать аудиторию для совместных действий.

Для сегментов оппозиционной направленности (в особенности для сегмента «оппозиционные коллаборанты»), напротив, характерен вертикальный тип интеграции, предусматривающий наличие в структуре значительного числа лидеров и/или микро-лидеров, способных организовывать вокруг себя части аудитории сообществ и использовать их активность для решения совместных задач в онлайн-или офлайн-пространствах. Основная задача лидеров состоит в канализировании активности аудитории, поддержании на постоянном уровне интереса среди вовлеченных в информационный поток пользователей, а также приобщении

участников к единой информационной повестке, генерируемой основными агентами. Подобный активистский характер взаимодействия лидеров с аудиторией основывается по большей части на механизме «слабых связей» и фактически встраивает персональные лидерские аккаунты и страницы в общую инфраструктуру политического сегмента. В общем виде активность лидеров является менее заметной, чем информационная деятельность крупных цифровых площадок и ресурсов, однако эта работа обеспечивает возможности для мобилизации «готовых» пользователей.

Вертикальная интеграция пользователей подразумевает наличие строгой иерархии, что не противоречит при этом принципам сетевого взаимодействия участников, а только усиливает мобилизационный эффект. Чем плотнее выстроены взаимосвязи между пользователями и чем жестче существующая иерархия по линии сообщество – лидеры – аудитория, тем большим мобилизационным потенциалом оно обладает. Наличие такой иерархии фиксируется также внутри цепочки цифровых ресурсов, представляющих единый политический сегмент. Составляющие его цифровые сообщества, каналы и иные площадки могут решать различные задачи и несмотря на схожие показатели охвата, публикационной и иной активности могут демонстрировать различный уровень вовлеченности.

Таблица 99 – Пример сетевой иерархии в патриотическом сегменте российских социальных медиа (по результатам киберметрического анализа)

Наименование Интернет-ресурса	Количество публикаций	Количество просмотров	Уровень вовлеченности, в процентах
Ресурсы 1-го уровня			
Рыбарь	15637	4 633 321 494	43,3
Colonelcassad (Boris Rozhin)	42220	12 674 960 423	65,1
Kotsnews	8311	2 496 046 334	17,3
Readovka	29707	13 494 074 748	13,4
МИГ России	11453	2 848 525 816	18,2
Ресурсы 2-го уровня			
Операция Z: Военкоры Русской Весны	26547	224 505 240	41,9
Вежливые Люди Армия Россия	7683	271 289 726	9,2
Патриоты России	17384	346 441 658	25,3
ПриЗрак Новороссии	6828	412 709 577	18,9
Вежливые Люди Армия Россия	7683	271 289 726	6,7
Ресурсы 3-го уровня			
Сильная Россия	7626	31 094 833	1,8
Армия Оружие Россия	7773	100 386 513	3,9
Россия Армия/Донбасс/ДНР/ ЛНР	3269	109 046 352	2,1
Россия – Родина патриотов	12727	60 579 733	14,8

Источник: составлено автором.

Внутри сегментов можно выделить ресурсы первого уровня, занимающие наиболее высокую позицию в иерархии, генерирующие значимую часть информационного потока, транслирующие нужные дискурсы и нарративы, вкладывающие в сообщения необходимые смыслы и формирующие на этой основе рамки восприятия информации (фреймы). Большая часть ресурсов выступает в роли ретрансляторов, подкрепляя внимания аудитории к уже готовым материалам, усиливая мобилизационный эффект преимущественно с количественной стороны. Примеры сетевых иерархий в обоих политических сегментах представлены в таблицах 99 и 100. Отдельные ресурсы могут занимать самую низкую ступень, реализуя только функцию агрегирования информационного потока и не представляя субъектности внутри конкретного политического сегмента.

Таблица 100 – Пример сетевой иерархии в оппозиционном сегменте российских социальных медиа (по результатам киберметрического анализа)

Наименование Интернет-ресурса	Количество публикаций	Количество просмотров	Уровень вовлеченности, в процентах
Ресурсы 1-го уровня			
Медуза — LIVE	28309	8 769 252 410	34,2
BBC News Русская служба	20236	2 139 726 414	28,8
Лентач	6843	2 643 218 090	10,2
НЕВЗОРОВ	3555	2 515 016 988	30,1
Сталингулаг	4199	1 124 648 312	16,5
Ресурсы 2-го уровня			
Радио Свобода / Radio Svoboda	19686	539 558 798	17,4
Настоящее время	14775	862 214 458	13,2
Ватное болото	1287	527 390 672	16,4
SOTA	15582	343 700 958	12,8
DOXA	10790	120 690 354	3,2
Ресурсы 3-го уровня			
Служба поддержки	2044	63 829 177	1,9
Важные истории	1262	50 142 243	1,3
Движение «Весна»	2022	50 142 243	3,2
Движение Сопротивления	1799	16 187 110	8,5
Примечание – Здесь и далее SIA «Medusa Project», Невзоров Александр Глебович, Общество с ограниченной ответственностью «Радио Свободная Европа/Радио Свобода», Телеканал «Настоящее время», Интернет-проект «SOTA», «Молодежное демократическое движение «Весна» признаны иностранными агентами на территории Российской Федерации. Здесь и далее Невзоров Александр Глебович признан экстремистом и террористом на территории Российской Федерации. Здесь и далее «Молодежное демократическое движение «Весна» признано экстремистским и террористическим на территории Российской Федерации.			

Источник: составлено автором.

В заключении *параграфа 4.2* следует сделать следующие выводы. Пересборка пространства политической мобилизации в российском сегменте социальных медиа

характеризуется одновременно смысловыми и структурными изменениями. Начало СВО стало сильнейшим триггером для переустройства всего политического информационного поля, обозначив четкие границы каждого из сегментов. Обобщая основные смысловые рамки фреймов всех проанализированных сегментов, обозначим их ключевые интенции:

- *«провластные патриоты»*: сохранение российской цивилизации через ценностный консенсус, сплочение общества перед внешней угрозой, реализацию СВО в соответствии с заданными задачами и создание условий для развития многополярного мира;

- *«оппозиционные патриоты»*: ужесточение стратегии противостояния Западу, изменение символики СВО в соответствии с рамками культурного кода россиян;

- *«провластные коллаборанты»*: отказ от СВО и противостояния Западу, восстановление экономики и благосостояния россиян при сохранении действующей власти;

- *«оппозиционные коллаборанты»*: завершение военных действий, возврат в систему конструктивных взаимодействий с Западом, принятие правил, предлагаемых западным геополитическим центром через смену власти.

Доминирующие внутри сегментов дискурсы и нарративы складываются в единые рамки (фреймы), задающие их смысловое наполнение, систему политических координат, актуальную повестку дня и особые маркеры идентификации, позволяющие пользователям определять их принадлежность по принципу «свой – чужой». Данные сетевые структуры серьезно укоренились в период проведения спецоперации, оказавшись изолированными и достаточно дистанцированными друг от друга даже между сегментами, находящимися параллельно друг другу с точки зрения заданной политической модальности (только оппозиционные / только патриотические). Во многом наблюдается информационный вакуум между сегментами, отличающимися высокой степенью идеологизированности и соответствующими входными барьерами. При этом каждый из сегментов обладает разным объемом цифровых агентов и потенциалом мобилизации Интернет-пользователей, что зачастую характеризуется обратной пропорциональностью.

Наиболее объемные патриотические сегменты в силу меньшей целостности и внутренней интегрированности отличаются слабой мобилизуемостью («спящим характером»), в то время как гораздо меньшие по наполненности оппозиционные сегменты обладают активным мобилизационным потенциалом. Сформированные внутри каждого сегмента фреймы являются целостными. За редким исключением

цифровые агенты репрезентируют достаточный набор смыслов и идей, нужным образом интерпретирующих актуальные общественно-политические события. В связи с этим степень идеологизированности не является значимым фактором для мобилизационного потенциала отдельных цифровых платформ или их сетевых объединений.

Более приоритетным является характер взаимодействия вовлеченных акторов и аудиторий, а также используемые модели управления (администрирования) и их внутренняя структурная организация. Значимым результатом исследования является подтверждение преимущественной роли вертикально-интегрированных моделей управления отдельными цифровыми сообществами, обладающими мобилизационным потенциалом с высокой активностью лидеров и микро-лидеров мнений, а также иерархичного характера цифровых ресурсов и их целостных объединений внутри выделенных политических сегментов.

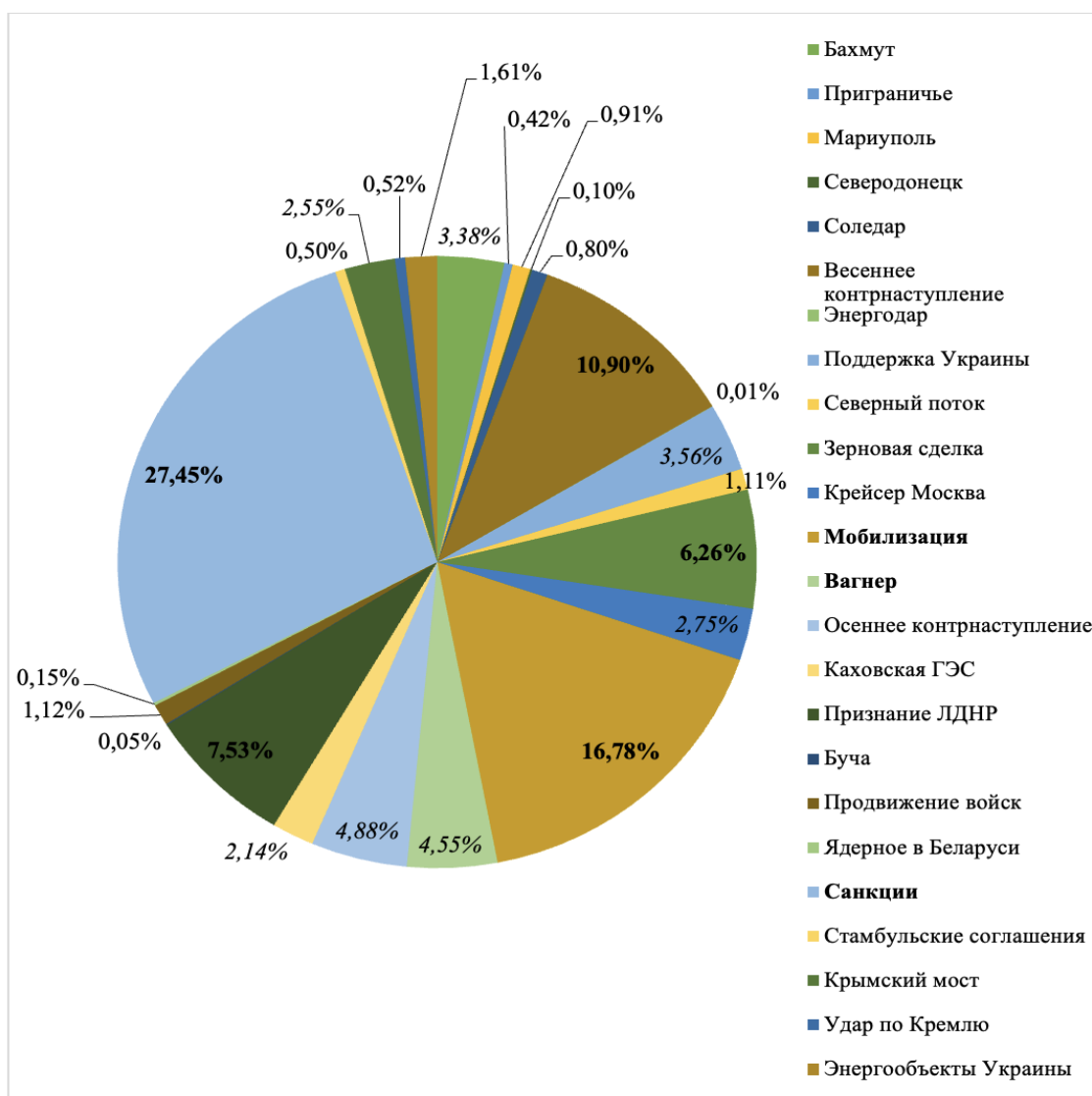
4.3 Базовые параметры информационных потоков политической мобилизации

Описание методики и инструментария. Для определения масштаба и направленности информационных потоков вокруг специальной военной операции в контексте обеспечения мобилизационного потенциала пользователей российского сегмента социальных медиа используется метод автоматизированного социально-медийного анализа. Реализация социально-медийного анализа сопряжена с использованием специального программного обеспечения – сервисов автоматизированного мониторинга и количественной обработки сообщений, публикаций и иных видов цифровой активности в социальных медиа. Формируемые на основе полученной выгрузки данных массивы структурированных данных подлежат повторной статистической обработке и качественной интерпретации для решения задач настоящего исследования [273].

В основу поиска цифрового контента заложены словари поисковых запросов — ключевых лексических конструкций, используемых в информационном потоке, выделенных на этапе реализации когнитивного картирования. Для осуществления поисковых операций были выделены основные события-триггеры, корреспондирующие с результатами когнитивного картирования информационных потоков как в патриотическом (поддерживающем), так и в оппозиционном (критическом) сегменте социальных медиа. Всего было отобрано 25 событий, процессов и явлений общественно-политической жизни в период с февраля 2022 года по июль 2023 года, представленных в приложении Б. Выгрузка

релевантного цифрового контента осуществлялась последовательно по каждой теме-событию с использованием сервиса мониторинга социальных медиа «Медialogия». В выборку попали уникальные информационные материалы без дублирования, размещенные в российском сегменте социальных медиа. Охват выборки – более 100 популярных социально-медийных площадок. Общий объем выборки составил 23 040 157 сообщений.

Результаты анализа. По результатам автоматизированной выгрузки весь массив релевантных публикаций был дифференцирован по темам для определения весовых и динамических характеристик информационного потока. Совокупное распределение представлено на рисунке 27. В условиях специальной военной операции информационный поток в российском сегменте социальных медиа является насыщенным контентом, разнообразным, оперативно реагирующим на изменения социально-политической обстановки.



Источник: составлено автором.

Рисунок 27 – Весовая структура информационного потока политической мобилизации пользовательской социальных медиа вокруг специальной военной операции

В течение всего периода наблюдения были выявлены несколько ключевых событий-триггеров для пользовательской активности, привлекающих наибольшее внимание аудитории, формирующих пользовательскую активность, а значит обладающих высоким мобилизационным потенциалом:

1) санкционное давление на Российскую Федерацию и российских граждан со стороны недружественных стран запада – 27,5% от общего объема информационного потока;

2) частичная мобилизация граждан Российской Федерации – 16,8%;

3) весеннее контрнаступление ВСУ – 10,9%;

4) признание Россией независимости Луганской Народной Республики и Донецкой Народной Республики, старт специальной военной операции по демилитаризации и денацификации Украины – 7,5%

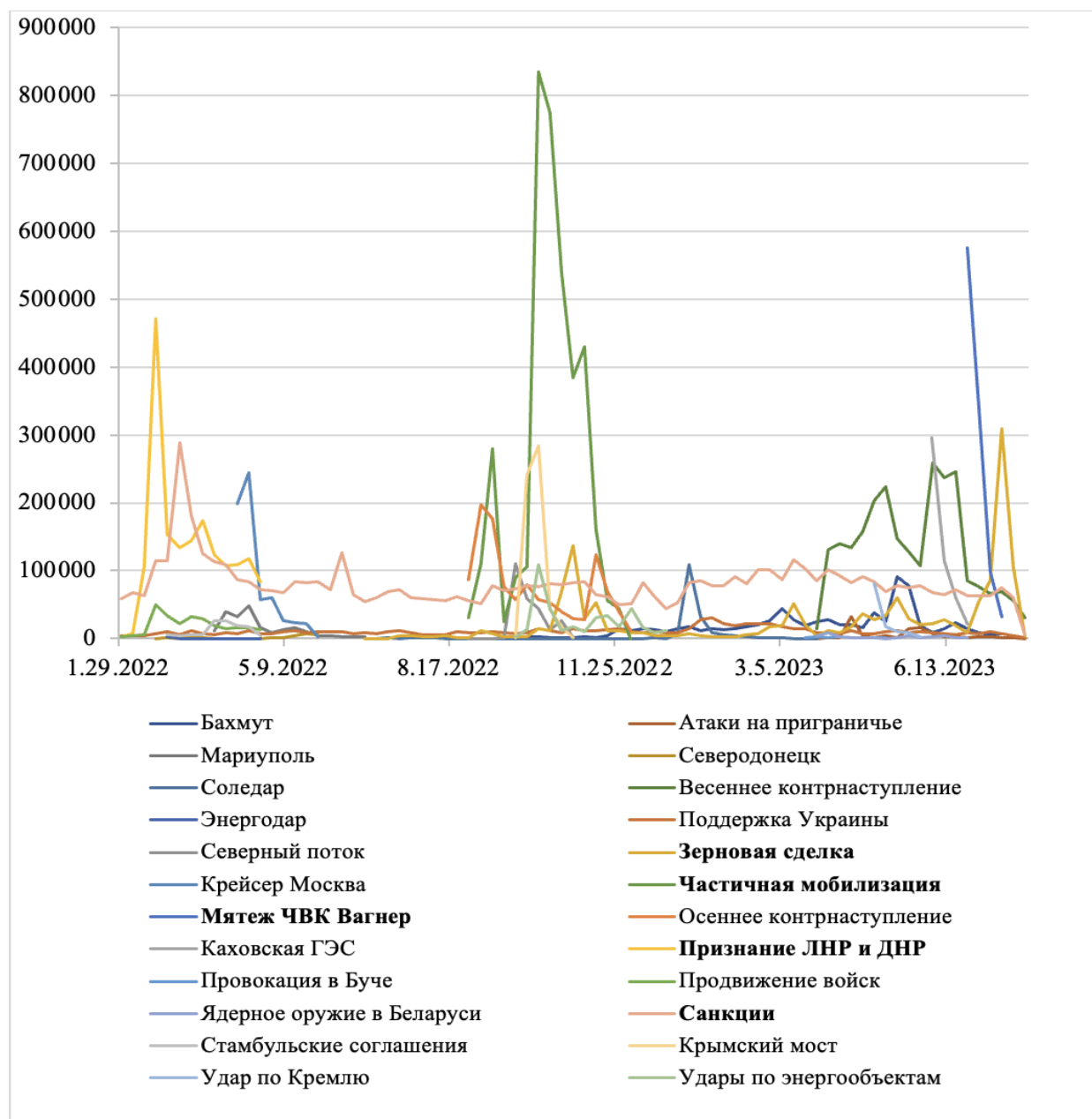
5) заключение и реализация «зерновой сделки» (Черноморской зерновой инициативы) – 6,3%.

Кроме того, выделены события-триггеры с повышенным уровнем пользовательского резонанса в течение исследуемого периода: осеннее контрнаступление ВСУ (4,9%), попытка вооруженного военного мятежа «ЧВК Вагнер» (4,6%), военная и финансовая поддержка Украины со стороны западных стран (3,6%), битва за город Бахмут (Артемовск) (3,4%), атака ВСУ на военный крейсер «Москва» (2,8%), теракт ВСУ на Крымском мосту (2,55%), разрушение Каховской ГЭС (2,1%).

Динамическое распределение общего массива сообщений доказывает факт оперативной смены информационных повесток. В течение наблюдаемого периода доминирующие темы и процессы сменяли друг друга в интервале от 2 до 3 месяцев, обеспечивая высокую интенсивность информационного потока. В информационном потоке, репрезентирующем события специальной военной операции, не существует единой общей темы, которая демонстрировала бы доминирование и определяла вектор пользовательской активности. Пространство цифровых коммуникаций в период проведения специальной военной операции и развития запущенных СВО внутриполитических и внешнеполитических процессов становится рефлексивной средой, отражающей наиболее острые и волнующие общество проблемы.

Во многом старт военной спецоперации на Украине интенсифицировал общественные дискуссии, вопросы, публичное обсуждение которых ранее было ограничено в информационном пространстве. Одновременно начало СВО усилило накопленные общественные противоречия, идеологические конфликты, обозначив новые линии политических размежеваний. Данный процесс усиливается в том числе под влиянием внешнего воздействия, оказываемого с целью внутреннего раскола,

обострения существующих и создания принципиально новых общественных конфликтов. Динамика информационных потоков представлено на рисунке 28.



Источник: составлено автором.

Рисунок 28 – Динамика информационного потока политической мобилизации пользовательской социальных медиа вокруг специальной военной операции, количество сообщений по темам-событиям

В динамике информационного потока наблюдается волнообразность, этапность и диспропорциональность, определяемые реальной средой. С учетом обозначенной насыщенности и комплексности поток носит волнообразный характер. Можно выделить как минимум пять продолжительных этапов (волн), различающиеся как по интенсивности, так и по содержательному наполнению:

1) *февраль-апрель 2022 года* – начало специальной военной операции, высокий уровень общественного внимания к военно-политическим и геополитическим процессам;

2) *май-август 2022 года* – снижение темпов интенсивности информационной повестки вслед за снижением активности военных действий, точечное внимание аудитории к отдельным военным сюжетам, осмысление долгосрочных последствий старта СВО;

3) *сентябрь-декабрь 2022 года* – резкое увеличение активности на фронте, частичная мобилизация в России, своеобразный пик общественного обсуждения и мобилизационного потенциала аудитории;

4) *январь-март 2023 года* – повторное снижение градуса общественной активности, повторяющее события на военных фронтах;

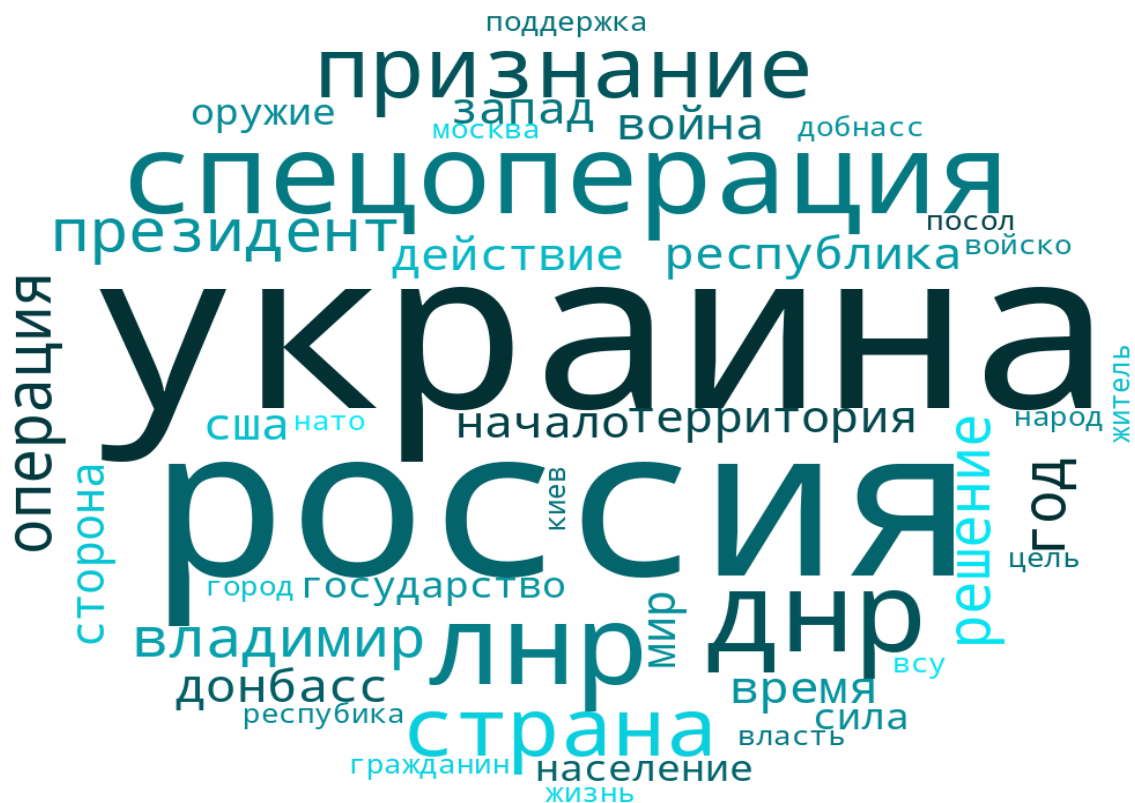
5) *апрель-июнь 2023 года* – повторное увеличение общественной активности, всплеск информационной повестки, появление новых событий- и тем-триггеров.

По мере развития военно-политических процессов наблюдается смещение общественного внимания к внутренним контекстам. К середине 2023 года в информационных потоках наибольшего уровня достигает пользовательская активность по вопросам, обладающим значимостью для внутрисполитической стабильности, важной ролью для государственного развития. Они постепенно становятся новыми точками сборки гражданской активности в пространстве цифровых коммуникаций. Большинство из них носят выраженный индивидуалистический характер и позволяют утверждать о превалирующем внимании пользователей социальных медиа к личному, персональному благополучию, рисках и негативных эффектах актуальных военно-политических событий, подталкивающих большинство граждан к выходу из устоявшейся зоны комфорта. Гораздо в меньшей степени массовую аудиторию интересуют общие, коллективные интересы и эффекты событий, оказываемые на общество и государство, их будущего существования.

Наиболее наглядно это демонстрирует тема санкционного давления, которая не только доминирует в общем объеме информационного потока, но и является самой продолжительной с точки зрения общественного внимания и обсуждения в информационном пространстве – устойчивый уровень публикаций по теме санкций и ограничений для россиян позволяет теме держаться в фокусе общественного внимания на протяжении всего периода наблюдения, составляющего почти полтора года. Не менее наглядным кейсом является частичная мобилизация граждан. К концу наблюдаемого периода более отчетливо проявляется общая закономерность: высокий регламентированный уровень политической консолидации российских

граждан не соотносится с уровнем активной вовлеченности, которая формирует коллективное действие, готовность и заинтересованность пользователей к деятельностному воплощению своих политических установок, ценностных ориентаций и заявлений, оставляемых в том или иной форме в социальных медиа. Ниже представлены структурные характеристики наиболее значимых тем- и событий-триггеров, выделенных по результатам автоматизированного социально-медийного анализа, представленных в хронологическом порядке.

Признание ЛНР, ДНР и старт спецоперации. Признание республик Донбасса и последующее начало СВО как ответ на значительные геополитические риски вызвало всплеск информационной активности, сформировав пик мобилизационного потенциала цифровых коммуникаций в первую волну спецоперации. В содержании информационного потока с самого начала СВО выделяются основные конфликтные группы, оформляются два антагонистических политических сегмента: поддерживающие принятое российским военно-политическим руководством решение и даже ожидавшее его, а также радикально критикующие и призывающие к скорейшему завершению военных действий и признающие сам факт начала спецоперации «незаконным», «противоречащим международному праву», «постыдным» и даже «преступным».



Источник: составлено автором.

Рисунок 29 – Семантическое ядро релевантного информационного потока, по частотности употребления

Выделенное семантическое ядро информационного потока, выстроенное на основе наиболее часто используемых слов и монограмм, показывает явное доминирование в структуре данного информационного потока именно поддерживающего сегмента. Семантическое ядро данного сегмента потока представлено на рисунке 29. Об этом свидетельствует немногочисленность негативно окрашенных лексических форм, превалирование оценки актуальных событий как «спецоперации», вместо категории «войны», активно тиражируемой в первые недели СВО оппозиционной публикой и внешними сетевыми акторами. Значительную частоту употребления демонстрируют такие акторы, как президент России и руководство народных республик Донбасса.

Несмотря на формируемую отдельными средствами массовой информации и лидерами общественного мнения иллюзию резкого отрицания решения о признании республик и старте СВО со стороны российского общества в первые дни военных действий, результаты анализа доказывают факт принятия и одобрения со стороны пользователей российского сегмента социальных медиа. В то же время наблюдается дефицит смыслов, в том числе заявленных российским руководством целей СВО: демилитаризации и денацификации Украины, которые не фигурируют в семантике потока. Данный факт свидетельствует о том, что в первую волну они остались не понятными массовой аудитории, не нашли должного оформления и не были доведены до пользователей. Более понятными и заслуживающими доверия со стороны пользователей соцмедиа объяснительные модели сформированы вокруг защиты населения Донбасса, необходимости интеграции регионов в российское социокультурное и политико-правовое пространство для окончательного решения конфликта.

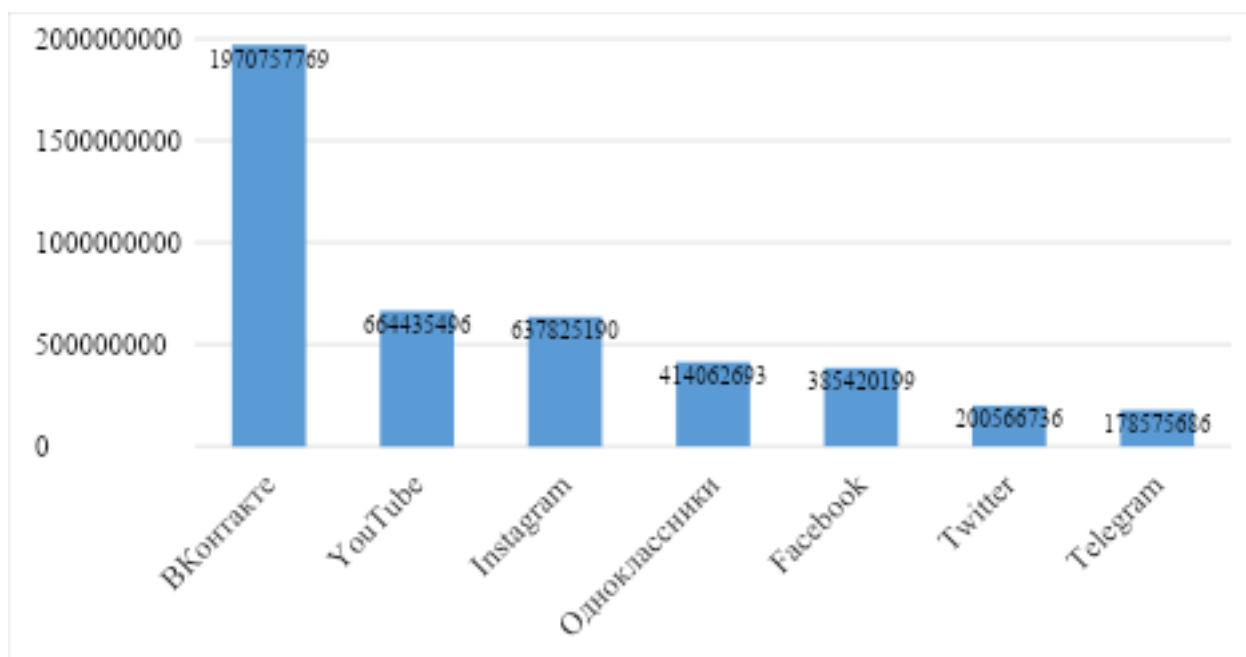
Наиболее вовлеченными в релевантный информационный поток стали пользователи возрастных групп 46-55 и 56-65 лет, проживающие в крупных городах, имеющие высшее образование и не менее 1 ребенка в семье. Данная аудитория выступила базовой социально-демографической группой поддержки СВО. Ожидаемо большое внимание к старту спецоперации было приковано в приграничных с Украиной регионах (Ростовская область, Республика Крым, Белгородская область, город Севастополь), жители которых на себе ощутили начало военных действий. Распределение вовлеченности аудитории в обсуждение темы проведения СВО по данному ряду российских регионов представлено в следующей таблице 101.

Таблица 101 – Субъекты, наиболее вовлеченные в обсуждение релевантной тематики в социальных медиа (с учетом численности населения)

Место в рейтинге	Название субъекта	Представленность, в процентах
1	Москва	10,3
2	Ростовская область	5,2
3	Санкт-Петербург	5,0
4	Краснодарский край	4,2
5	Московская область	4,1
6	Республика Крым	4,0
7	Белгородская область	4,0
8	Воронежская область	3,6
9	Севастополь	3,3
10	Калининградская область	3,1

Источник: составлено автором.

Основной массив информационных сообщений в первую волну СВО публикуется в социальной сети «ВКонтакте», аккумулирующей наибольшую долю российской аудитории социальных медиа. Локализация данного сегмента потока представлена на рисунке 30.



Источник: составлено автором.

Рисунок 30 – Локализация аудитории релевантного информационного потока по числу Интернет-пользователей

Привлекает внимание факт значительного присутствия аудитории иностранных медиа: «Instagram», «Facebook», «Twitter», позже подвергнувшихся блокировке на территории Российской Федерации за некорректные действия относительно русскоязычных пользователей и их открытую дискриминацию по

Внешнее санкционное давление. Контексты санкционного давления распространялись в социальных медиа одновременно со стартом СВО. Введенные против России беспрецедентные по своему масштабу экономические и политические санкции с февраля 2022 года стали ключевой темой обсуждений в социальных медиа на долгие месяцы вперед. Семантическое ядро данного сегмента потока представлено на рисунке 31.



Рисунок 31 – Семантическое ядро релевантного информационного потока по частотности употребления

Несмотря на то, что с течением времени содержание и структура данного информационного потока трансформировалось, можно выделить ряд общих характеристик. В первую очередь, санкционное давление рассматривается

большинством аудитории социальных медиа как агрессия недружественных государств, сами ограничительные меры оцениваются большинством пользователей как неадекватные по масштабу. Распространяемые в первую волну СВО страхи и угрозы о «коллапсе» российской экономики были рассеяны к лету 2022 года. Далее санкционное давление рассматривается в основном как новая нормальность, является предметом многочисленных шуток со стороны массовой аудитории, включая оппозиционные сегменты, которые изначально оценивали санкции как крайне серьезную меру сдерживания российского государства. При этом тема санкций остается болезненной для крупной части российских граждан. Об этом свидетельствует частота упоминаний таких конструкций, как «проблема», «ребенок», «виза», «тьма», «помощь».

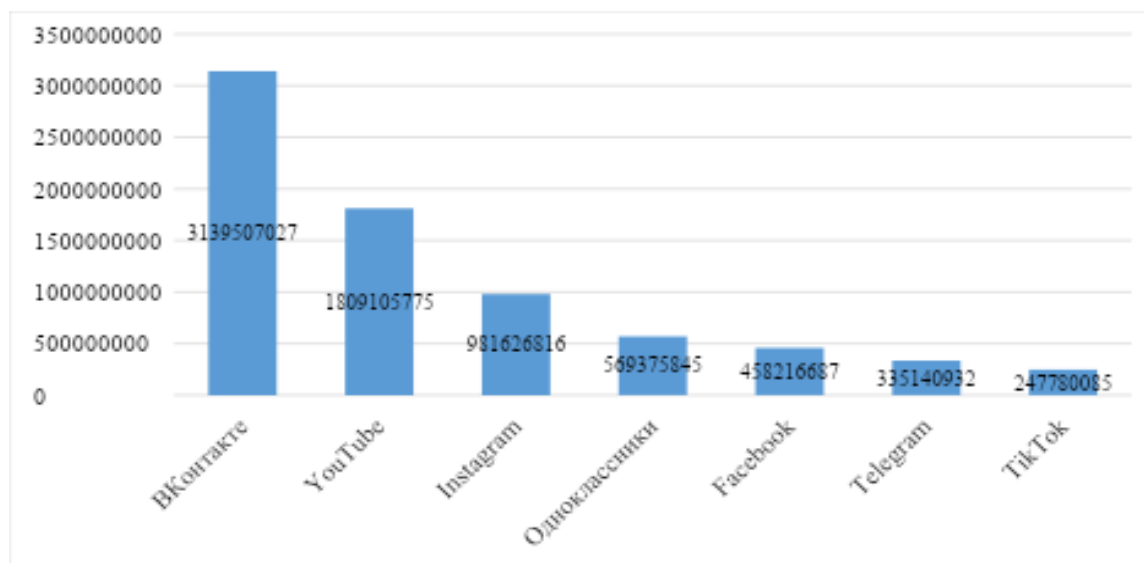
Ожидаемо основу пользовательской активности информационного потока составили жители крупных российских агломераций. До 60% пользователей, вовлеченных в санкционную повестку, составили жители городов Москва и Санкт-Петербург, представляющие возрастные группы 26-35 и 36-45 лет. Общее распределение представлено в таблице 102. В первую волну спецоперации санкционное давление использовалось внешними сетевыми акторами в качестве ключевого инструмента внешнего деструктивного воздействия на российских граждан, в том числе неоднократно для усиления социального недовольства и конверсии протестной активности. Однако с учетом иммиграции значимой части целевых групп такого воздействия и сужения повестки санкционного давления потенциал негативной мобилизации информационного потока уменьшился к концу 2022 года.

Таблица 102 – Субъекты, наиболее вовлеченные в обсуждение релевантной тематики в социальных медиа (с учетом численности населения)

Место в рейтинге	Название субъекта	Представленность, в процентах
1	Москва	14,3
2	Санкт-Петербург	7,3
3	Свердловская область	3,4
4	Московская область	3,3
5	Самарская область	2,9
6	Краснодарский край	2,4
7	Республика Татарстан	2,4
8	Нижегородская область	2,2
9	Пермский край	2,1
10	Новосибирская область	2,0

Источник: составлено автором.

Аналогично первичному информационному потоку о начале СВО основной массив информационных сообщений публикуется в социальной сети «ВКонтакте». Обращает на себя факт увеличенного присутствия иностранных сервисов, в том числе «YouTube», «Instagram», а также «TikTok», как основных площадок публикации мультимедийного аудиовизуального контента. Локализация данного сегмента потока представлена на рисунке 32. За февраль-июнь 2022 года их совокупная доля в структуре аудитории информационного потока превышала соответствующее значение российской социальной сети «ВКонтакте».



Источник: составлено автором.

Рисунок 32 – Локализация аудитории релевантного информационного потока по числу Интернет-пользователей

Зерновая сделка. «Черноморская зерновая инициатива» является одной из немногих геополитических тем, демонстрирующих высокие весовые значения в общем объеме информационного потока о специальной военной операции. Однако анализ семантического ядра указывает, что сделка обсуждалась пользователями социальных медиа, в том числе с ракурса внутривосточных процессов. В семантике потока присутствует упоминание российских властей, лично президента России, а также США, стран НАТО, включая Турцию как главного бенефициара соглашения. Семантическое ядро данного сегмента потока представлено на рисунке 33. Зерновая сделка вплоть до ее приостановления являлась объектом регулярной критики российских властей со стороны сегмента «рассерженных» патриотов и части аудитории, не готовой к любым решениям, приносящим выгоды украинской стороне. Особенно остро вопрос продления зерновой сделки встал в третью волну СВО, пришедшуюся на контрнаступление украинских вооруженных сил, ряд террористических актов со стороны ВСУ, в том числе атаку на Крымский мост.



Источник: составлено автором.

Рисунок 33 – Семантическое ядро релевантного информационного потока по частотности употребления слов

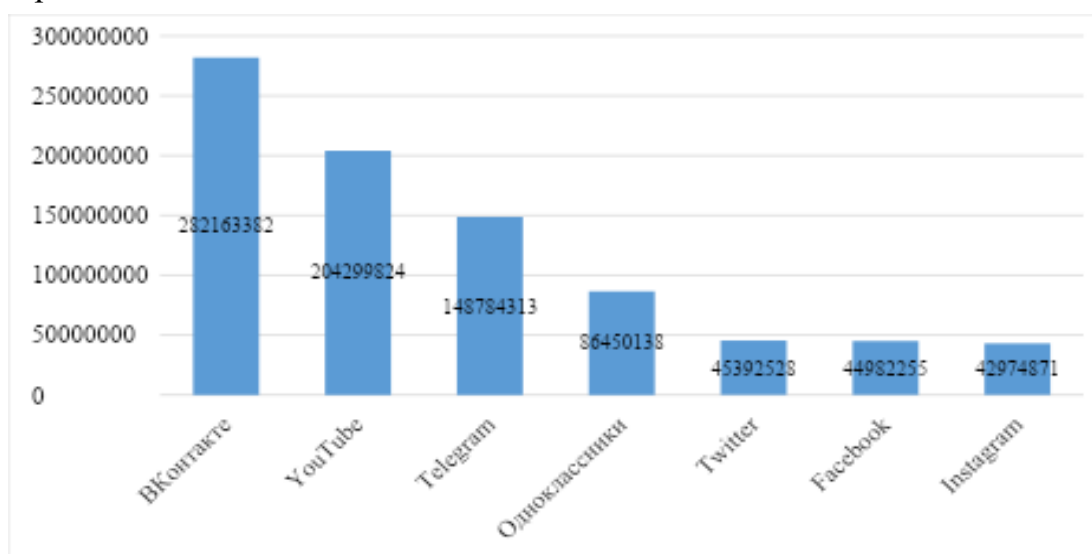
Данный информационный поток обладал наибольшим мобилизационным потенциалом для отдельного сегмента аудитории социальных медиа вплоть до приостановки соглашения. В информационный поток были вовлечены пользователи преимущественного старшего возраста, проживающие в российских агломерациях и приграничье (Ростовская область, Краснодарский край, Республика Крым, Воронежская область, город Севастополь), а с осени 2022 года также в новых регионах (Донецкая Народная Республика). Общее распределение представлено в таблице 103. Кроме того, структура аудитории данного потока демонстрирует наибольшую представленность мужской аудитории по сравнению со всеми другими частями настоящего исследования (в среднем за весь период наблюдения — 82%).

Таблица 103 — Субъекты, наиболее вовлеченные в обсуждение релевантной тематики в социальных медиа (с учетом численности населения)

Место в рейтинге	Название субъекта	Представленность, в процентах
1	Москва	15,2
2	Ростовская область	4,1
3	Санкт-Петербург	2,8
4	Краснодарский край	2,2
5	Республика Крым	2,2
6	Московская область	1,9
7	Севастополь	1,8
8	Воронежская область	1,6
9	Донецкая Народная Республика	1,5
10	Саратовская область	1,3

Источник: составлено автором.

Помимо социальной сети «ВКонтакте» высокий охват аудитории сформирован на видеохостинге «YouTube» и мессенджере «Telegram», который увеличил охват примерно в четыре раза с начала специальной военной операции к июлю 2023 года. Локализация данного сегмента потока представлена на рисунке 34. Продолжительность наблюдения инфопотока зерновой сделки позволяет фиксировать постепенный взлет «Telegram» как одной из трех центральных информационных площадок в российском сегменте социальных медиа и ключевого средства осуществления политической мобилизации различных сегментов аудитории.



Источник: составлено автором.

Рисунок 34 – Локализация аудитории релевантного информационного потока по числу Интернет-пользователей

Частичная мобилизация. Частичная мобилизация граждан, объявленная Президентом России 21 сентября 2022 года, оказала влияние на ход военно-политических процессов и репрезентирующих их информационных потоки в социальных медиа. Решение о частичной мобилизации, обладающее само по себе мобилизационным ресурсом, было негативно освещено в информационном пространстве, что привело к неоднозначной реакции пользователей социальных медиа, вызвало сопряженные процессы иммиграции молодых россиян в страны ближнего и дальнего зарубежья, привело к ряду гражданских акций в нескольких субъектах Федерации (Республика Дагестан, Республика Бурятия, Республика Хакасия). В инфопотоке акцентировано внимание пользователей на отсутствии актуальной информации о мобилизации, поддержке семей мобилизованных, точных правовых норм, что лишь усиливало у аудитории чувство неопределенности: «семья», «поддержка», «связь», «информация», «вопрос» и другие. Семантическое ядро данного сегмента потока представлено на следующем рисунке 35.



Источник: составлено автором.

Рисунок 35 – Семантическое ядро релевантного информационного потока по частотности употребления

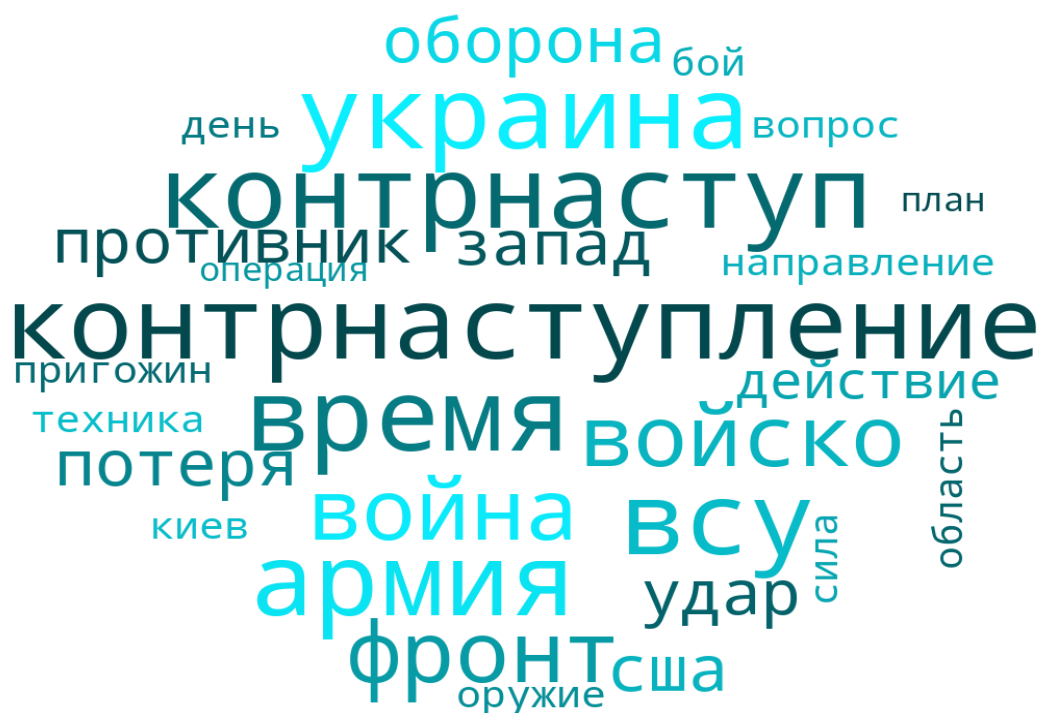
По результатам анализа зафиксирована повышенная представленность в потоке аудиторий национальных республик. Роль внешнего информационного давления и деструктивного информационно-психологического воздействия в развитии данных явлений оказалась ключевой. Подготовленные внешние сетевые структуры реализовали попытку дискредитации частичной мобилизации путем распространения многочисленных фейков и манипулятивного контента, расчеловечивания, подогрева массовой паники, тиражирования тревоги со стороны различных сегментов аудитории. Под информационным ударом оказались не только молодежные группы, но аудитории женщин взрослого возраста. Общее распределение представлено в таблице 104.

Таблица 104 – Субъекты, наиболее вовлеченные в обсуждение релевантной тематики в социальных медиа (с учетом численности населения)

Место в рейтинге	Название субъекта	Представленность, в процентах
1	Москва	9,9
2	Санкт-Петербург	6,7
3	Свердловская область	6,5
4	Краснодарский край	4,3
5	Республика Башкортостан	3,9
6	Белгородская область	3,7
7	Республика Крым	3,7
8	Оренбургская область	2,7
9	Пермский край	2,6
10	Республика Татарстан	2,5

Источник: составлено автором.

Весеннее контрнаступление ВСУ. Основной темой инфопотока с начала 2023 года становится ожидаемое в течение нескольких месяцев контрнаступление ВСУ («контрнаступ»), активно тиражируемое украинскими и западными ресурсами в российском сегменте социальных медиа. Внешняя природа информационного потока доказывается высоким уровнем участия в освещении темы украинских лидеров мнений, СМИ, а также иностранных агентов. Семантика потока направлена на подогрев интереса к теме среди российских пользователей, формирования чувства страха и тревоги в течение длительного времени: «действие», «удар», «потеря», «сила», «оружие», «оборона», «бой» и другие. Семантическое ядро данного сегмента потока представлено на рисунке 36.



Источник: составлено автором.

Рисунок 36 – Семантическое ядро релевантного информационного потока по частотности употребления

Распространение подобных публикаций было направлено на слом позитивной информационной повестки внутри России и лимитирование мобилизационных ресурсов российского общества. По мере демонстрации практических неудач контрнаступления интерес к теме был сведен к минимуму. В информационный поток активно были вовлечены жители приграничных регионов, ставшие целевой группой внешнего информационно-психологического воздействия: Ростовская область, Краснодарский край, Республика Крым, Севастополь, Белгородская область, Воронежская область, Донецкая Народная Республика, Брянская область. Общее распределение представлено в следующей таблице 105.

Таблица 105 – Субъекты, наиболее вовлеченные в обсуждение релевантной тематики в социальных медиа (с учетом численности населения)

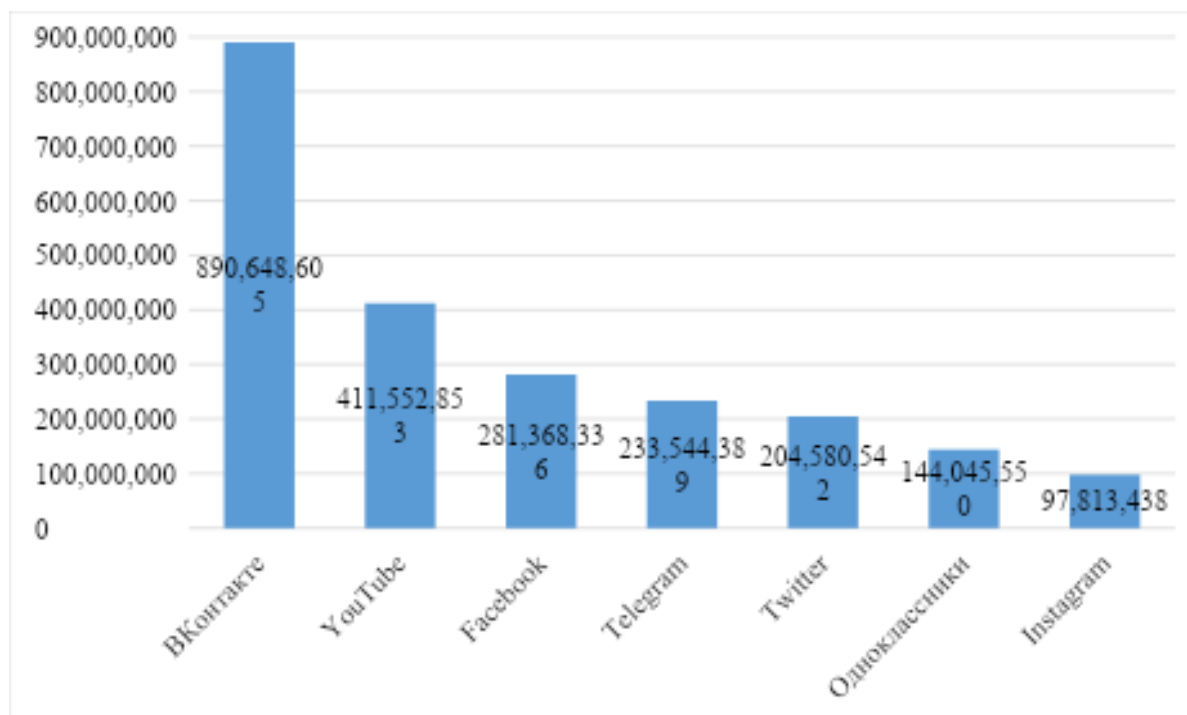
Место в рейтинге	Название субъекта	Представленность, в процентах
1	Москва	8,3
2	Московская область	7,9
3	Ростовская область	6,5
4	Краснодарский край	5,3
5	Республика Крым	5,3
6	Севастополь	4,9
7	Белгородская область	4,7
8	Воронежская область	4,3
9	Донецкая Народная Республика	3,8
10	Брянская область	3,3

Источник: составлено автором.

Осеннее контрнаступление ВСУ. Осеннее контрнаступление украинских вооруженных сил в 2022 году было встречено в отечественных социальных медиа с большим резонансом, что демонстрируют показатели охвата крупнейших отечественных площадок, несмотря на меньшие объемы представленности контента. Общая локализация данного сегмента потока представлена на рисунке 37. Принятые российским военно-политическим руководством решения о перегруппировке сил под Харьковом и Херсоном были встречены негативно в патриотическом сегменте и обернулись кризисной ситуацией в информационном обеспечении специальной военной операции, особенно в условиях возрастающей активности внешних сетевых акторов по реализации информационно-психологических операций среди российских Интернет-пользователей.

Период сентября-октября 2022 года характеризуется максимальным проникновением внешних сил в российское информационное пространство, в том числе распространением фейковых и манипулятивных сообщений, а также попыток негативной протестной мобилизации в регионах. В отдельные периоды информационный поток пересекается с контекстами частичной мобилизации и обстрелов приграничных территорий, подкрепляя вражеские дискурсы и нарративы. Основное внимание внешних акторов приковывалось к дисбалансировке российского общества, нагнетанию чувства тревоги и страха, а также резкой критике руководства страны. О повышенной активности внешних акторов свидетельствуют также охваты запрещенных на территории Российской Федерации цифровых платформ («Facebook», «Twitter», «Instagram»). К ноябрю 2022 года наблюдается стабилизация информационного фона, важную роль в котором сыграли позитивные события, встретившие массовое одобрение российской аудитории (в первую очередь

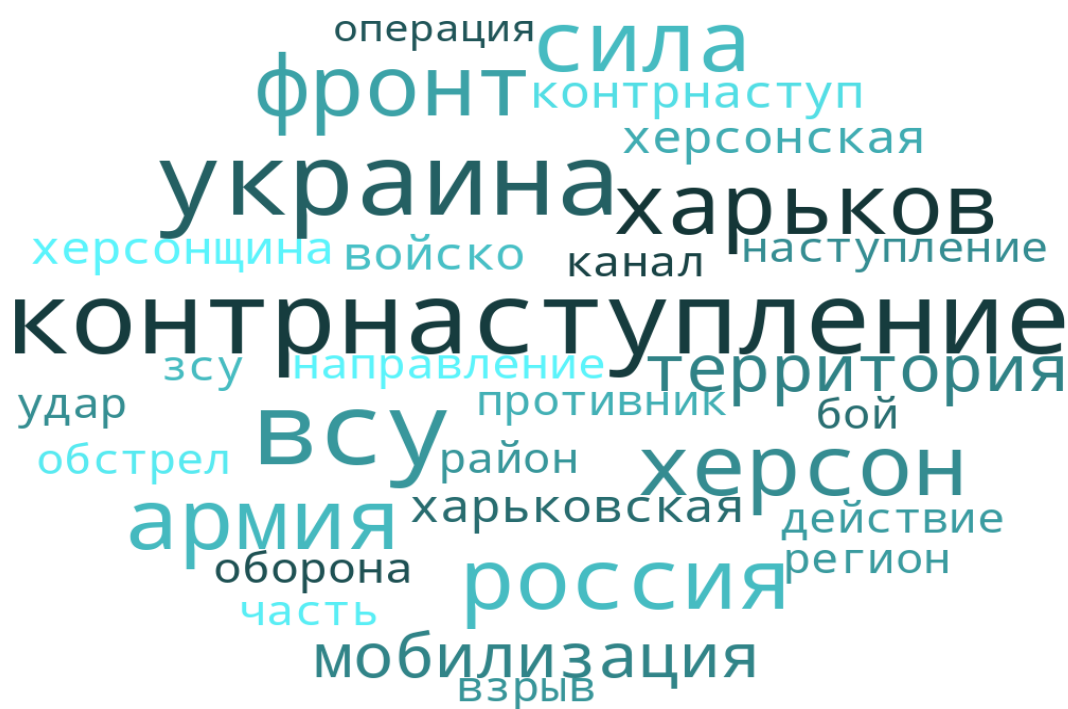
проведение референдумов в новых регионах и вхождение их в состав России), а также сокращение темпов частичной мобилизации и общее улучшение военной ситуации на фронте.



Источник: составлено автором.

Рисунок 37 – Локализация аудитории релевантного информационного потока по числу Интернет-пользователей

Семантическое ядро информационного потока определяет некоторые отличия с последующим весенним контрнаступлением, обернувшимся провалом для украинских вооруженных сил. Семантическое ядро также представлено на следующем рисунке 38. В частности, большую частотность демонстрируют украиноязычные конструкции, что также указывает на активность внешних сил в цифровом пространстве. Кроме того, чаще в семантике информационного потока встречаются географические наименования с учетом протяженности фронта и наличия сразу нескольких активных «горячих» точек, а также конструкции, указывающие на важность усиление обороноспособности страны и обеспечения внутренней безопасности. При этом в отличие от последующих весенних событий, описываемые процессы продемонстрировали определенные недостатки в противодействии внешним контекстам и переломе вражеских и недружественных фреймов, масштабно распространяемых в социальных сетях и мессенджерах.



Источник: составлено автором.

Рисунок 38 – Семантическое ядро релевантного информационного потока по частотности употребления

Характеристики региональной вовлеченности указывают на повышенное внимание к событиям столичных агломераций, а также прифронтовых территорий. Общее распределение представлено в таблице 106. Данные субъекты выступили основными мишенями информационного давления и деструктивно-психологического воздействия (Ростовская, Белгородская, Воронежская, области, Республика Крым и город Севастополь, Краснодарский край). Помимо значительной деконсолидирующей составляющей, в региональных информационных потоках фиксируются усиление социальной напряженности, подкрепляемых социально-экономическими контекстами, недовольством региональными властями и местными властями, а также угрозы подрыва межнационального (межэтнического) и межрелигиозного мира и согласия.

Таблица 106 – Субъекты, наиболее вовлеченные в обсуждение релевантной тематики в социальных медиа (с учетом численности населения)

Место в рейтинге	Название субъекта	Представленность, в процентах
1	2	3
1	Москва	10,1
2	Санкт-Петербург	7,5
3	Ростовская область	5,4
4	Московская область	4,3
5	Краснодарский край	3,8

Продолжение таблицы 106

1	2	3
6	Республика Крым	3,6
7	Севастополь	3,6
8	Воронежская область	3,3
9	Смоленская область	3,2
10	Белгородская область	2,8

Источник: составлено автором.

На основе полученных результатов автоматизированного социально-медийного анализа, изложенного в *параграфе 4.3* можно сформулировать ряд выводов об исследуемом информационном потоке вокруг специальной военной операции в российском сегменте социальных медиа и его мобилизационном потенциале. В условиях СВО информационный поток в российском сегменте социальных медиа является насыщенным контентом, разнообразным, оперативно реагирующим на изменения социально-политической обстановки. Несмотря на единое и целостное пространство цифровых коммуникаций, в нем наблюдается провоцирование открытых общественных конфликтов, администрируемых преимущественно извне в контексте реализации внешнего информационного давления на российских пользователей социальных медиа.

В течение всего периода наблюдения были выявлены несколько ключевых событий-триггеров для пользовательской активности, привлекающих наибольшее внимание аудитории, формирующих пользовательскую активность, а значит обладающих высоким мобилизационным потенциалом: санкционное давление на Россию и российских граждан; частичная мобилизация граждан; признание Россией независимости ЛНР и ДНР, старт специальной военной операции; осеннее и весеннее контрнаступление ВСУ; заключение и реализация «зерновой сделки» (Черноморской зерновой инициативы).

Динамическое распределение общего массива сообщений доказывает факт оперативной смены информационных повесток. В течение наблюдаемого периода доминирующие темы и процессы сменяли друг друга в интервале от 2 до 3 месяцев, обеспечивая высокую интенсивность информационного потока. При этом в информационном потоке, репрезентирующем события специальной военной операции, не существует единой общей темы, которая демонстрировала бы доминирование и определяла вектор пользовательской активности. В динамике информационного потока наблюдается этапность и диспропорциональность, определяемые внешней реальной средой. С учетом обозначенной насыщенности и комплексности поток носит волнообразный характер. Можно выделить как

минимум пять продолжительных этапов (волн), различающиеся как по интенсивности, так и по содержательному наполнению, приходящихся на февраль-апрель 2022 года, май-август 2022 года, сентябрь-декабрь 2022 года, январь-март 2023 года – повторное снижение градуса общественной активности, повторяющее события на военных фронтах, апрель-июнь 2023 года.

Важной составляющей информационных потоков политической мобилизации в период проведения СВО является пролонгированное воздействие внешних сетевых акторов, включая системную деятельность украинских сил и прозападных цифровых агентов (иноагентов и аффилированных с ними лиц и структур), направленную на дестабилизацию внутренней общественно-политической обстановки с использованием контекстов спецоперации и связанных с ней событий. Деструктивное воздействие внешних акторов включает в себя распространение в социальных сетях и мессенджерах заведомо ложной информации (фейков), манипулятивной информации и иных материалов, закладывающих в сознание российских пользователей негативные фреймы, навязывающих собственные интерпретации событий, ценности, политические и гражданские установки, а также картины мира, являющиеся антагонистическими по отношению к государственной повестке.

Элементом подобного воздействия является организация и реализация в российском информационном пространстве информационно-психологических операций, то есть целостных и спланированных атак на массовую Интернет-аудиторию. Ожидаемым результатом данных действий является попытка мобилизации российских граждан, принявших заложенные вражеской стороной фреймы и готовых на реализацию неконвенциональных форм гражданской активности, нарушению действующего законодательства или неповиновению законным требованиям властей. Повышенные темпы внешнего воздействия наблюдались в кризисные периоды, в том числе в период контрнаступления украинских вооруженных сил, объявления частичной мобилизации, попытки вооруженного мятежа, резонансных обстрелов приграничных территорий и терактов, организованных украинским режимом. На этом фоне отчетливо прослеживались недостатки государственного и общественного сопровождения СВО в информационной сфере, многие из которых при этом были разрешены. Своеобразными мишенями внешнего воздействия выступили отдельные российские регионы, в том числе приграничные и прифронтовые субъекты (Белгородская, Курская, Брянская, Ростовская области, Краснодарский край, Республика Крым и город Севастополь), новые регионы (ЛНР, ЛНР, Херсонская и Запорожская области), крупнейшие агломерации (вокруг городов Москва и Санкт-Петербург), а

также национальные республики (Республики Дагестан, Бурятия, Татарстан, Башкортостан).

По мере развития военно-политических процессов наблюдается смещение общественного внимания к внутренним контекстам. К середине 2023 года в информационных потоках наибольшего уровня достигает пользовательская активность по вопросам, обладающим значимостью для внутривнутриполитической стабильности, важной ролью для государственного развития. Они постепенно становятся новыми точками сборки гражданской активности в пространстве цифровых коммуникаций. Большинство из них носят выраженный индивидуалистический характер и позволяют утверждать о преобладающем внимании пользователей социальных медиа к личному, персональному благополучию, рисках и негативных эффектах актуальных военно-политических событий, подталкивающих большинство граждан к выходу из устоявшейся зоны комфорта. Гораздо в меньшей степени массовую аудиторию интересуют общие, коллективные интересы и эффекты событий, оказываемые на общество и государство, их будущего существования. К концу наблюдаемого периода более отчетливо проявляется общая закономерность: высокий регламентированный уровень политической консолидации российских граждан не соотносится с уровнем активной вовлеченности, которая формирует коллективное действие, готовность и заинтересованность пользователей к деятельностному воплощению своих политических установок, ценностных ориентаций и заявлений, оставляемых в том или иной форме в социальных медиа.

Выводы по главе 4

1) Результаты проведенного эмпирического исследования информационных потоков политической мобилизации в российском сегменте социальных медиа в 2022-2024 годах подтверждают значимость решения о начале специальной военной операции на Украине, а также взаимосвязанных с ним внутривнутриполитических и внешнеполитических событий как ключевого фактора структурной и технологической пересборки информационного пространства, изменения основных направлений деятельности цифровых агентов мобилизации, принадлежащих к различным общественно-политическим сегментам, а также функционала социальных медиа и других цифровых ресурсов как инструментов осуществления подобной мобилизации. Под влиянием события-триггера в виде СВО в российском информационном пространстве поляризованы провластно-патриотический и оппозиционно-прозападный сегменты, базовым критерием дифференциации которых становится отношение к выбранному военно-политическим руководством

страны курсу. Данные сегменты условно сформировались в социально-медийном пространстве страны задолго до начала СВО в феврале 2024 года, но были закреплены и разграничены именно под влиянием актуальной общественно-политической повестки. В данных сегментах для массовой аудитории формируются различающиеся картины общественно-политической жизни, а также принципиально расходящиеся картины мира в целом. Содержание информационных потоков является прямо противоположным, включающим при этом уникальные контексты и тематики, характерные исключительно для данных сегментов.

Агенты политической мобилизации в обоих сегментах придерживаются общей модели информационно-психологического воздействия на аудиторию. Несмотря на явные различия в содержании информационных потоков, в обоих политических сегментах преобладают эмоциональные приемы формирования дискурса. Подобное воздействие направлено на органы чувств, получение мгновенной эмоциональной реакции, отклика аудитории на соответствующий цифровой контент. Для провластно-патриотического сегмента характерна убеждающая модель, связанная с активным использованием технологии убеждения, обеспечивающая согласие аудитории при помощи системы логических доказательств, аргументации, активного анализ информации со стороны адресных групп. Для оппозиционно-прозападного сегмента более характерной является внушающая модель, связанная с комплексным использованием технологии внушения, которая предполагает оказание целенаправленного воздействия на эмоционально-чувственную сферу, включая симпатии и предпочтения аудитории с помощью трансляции единых схем, которые внедряются в сознание граждан. Как патриотические, так и оппозиционные материалы оперируют в основном коллективными категориями, направленными на сплочение, объединение аудитории, формирование политической общности на основе единых ценностей и установок, оценок актуальной общественно-политической повестки и картины мира в целом. Следовательно, конечной целью мобилизационной работы в социальных медиа является масштабирование собственной информационной повестки с целью воздействия на общественное сознание и реализацию мобилизации гражданской активности в необходимом направлении.

Зафиксировано наличие серьезного ценностного раскола в информационном пространстве в период проведения специальной военной операции между провластно-патриотическим и оппозиционно-прозападным сегментом: между справедливостью и личным комфортом, солидарностью и благосостоянием, героизмом (защитой Родины) и открытым миром, культурным многообразием. Именно ценностные противоречия формируют основные различия в

конструируемых в социальных медиа повестках, особенно в условиях информационного и когнитивного противоборства. На этих стыках информационное пространство усложняется, что приводит к формированию более узких политических сегментов, отличающихся друг от друга по отдельным смысловым линиям.

2) Используемые в настоящем исследовании линии патриотизма и лояльности позволили выделить следующие сегменты: провластные патриоты, оппозиционные патриоты, провластные коллаборанты, оппозиционные коллаборанты. Доминирующие внутри выделенных в работе политических сегментов дискурсы и нарративы складываются в единые рамки (фреймы), задающие их смысловое наполнение, систему политических координат, актуальную повестку дня и особые маркеры идентификации, позволяющие Интернет-пользователям определять их принадлежность по принципу «свой – чужой». Данные сетевые структуры серьезно укоренились в последние годы, оказавшись изолированными и достаточно дистанцированными друг от друга даже между сегментами, находящимися параллельно друг другу с точки зрения заданной политической модальности (только оппозиционные или только патриотические). Сформированные внутри каждого сегмента фреймы являются целостными. За редким исключением цифровые агенты репрезентируют достаточный набор смыслов и идей, нужным образом интерпретирующих актуальные общественно-политические события. В связи с этим степень идеологизированности не является значимым фактором для мобилизационного потенциала отдельных цифровых платформ или их сетевых объединений. Более приоритетным является характер взаимодействия вовлеченных акторов и аудиторий, а также используемые модели управления (администрирования) и их внутренняя структурная организация.

По результатам проведенного исследования фиксируется существование информационного вакуума между сегментами, отличающимися высокой степенью идеологизированности и соответствующими входными барьерами. При этом каждый из сегментов обладает разным объемом цифровых агентов и потенциалом мобилизации Интернет-пользователей, что зачастую характеризуется обратной пропорциональностью. Наиболее объемные патриотические сегменты в силу меньшей целостности и внутренней интегрированности отличаются слабой мобилизуемостью («спящим характером»), в то время как гораздо меньшие по наполненности оппозиционные сегменты обладают активным мобилизационным потенциалом. Значимым результатом проведенного исследования является подтверждение преимущественной роли вертикально-интегрированных моделей управления отдельными цифровыми сообществами, обладающими

мобилизационным потенциалом с высокой активностью лидеров и микро-лидеров мнений, а также иерархичного характера цифровых ресурсов и их целостных объединений внутри выделенных политических сегментов.

3) Динамика информационных потоков в период специальной военной операции отличается высокой ритмичностью и насыщенностью, что формирует возможности для реализации мобилизационного эффекта. Динамическое распределение общего массива сообщений доказывает факт оперативной смены информационных повесток. В течение наблюдаемого периода доминирующие темы и процессы сменяли друг друга в интервале 2-3 месяца, обеспечивая высокую интенсивность информационного потока. При этом в информационном потоке, репрезентирующем события специальной военной операции, не существует единой общей темы, которая демонстрировала бы доминирование и определяла вектор пользовательской активности. С учетом обозначенной насыщенности и комплексности информационный поток носит волнообразный характер.

Важной составляющей информационных потоков политической мобилизации в период проведения СВО является пролонгированное воздействие внешних сетевых акторов, включая системную деятельность украинских сил и прозападных цифровых агентов (иноагентов и аффилированных с ними лиц и структур), направленную на дестабилизацию внутренней общественно-политической обстановки с использованием контекстов спецоперации и связанных с ней событий. Элементом подобного воздействия является организация и реализация в российском информационном пространстве информационно-психологических операций, то есть целостных и спланированных атак на массовую Интернет-аудиторию. Ожидаемым результатом данных действий является попытка мобилизации российских граждан, принявших заложенные вражеской стороной фреймы и готовых на реализацию неконвенциональных форм гражданской активности, нарушению действующего законодательства или неповиновению законным требованиям властей.

Повышенные темпы внешнего воздействия наблюдались в кризисные периоды, в том числе в период контрнаступления украинских вооруженных сил, объявления частичной мобилизации, попытки вооруженного мятежа, резонансных обстрелов приграничных территорий и терактов, организованных украинским режимом. По результатам исследования проявляется общая закономерность: высокий регламентированный уровень политической консолидации российских граждан не соотносится с уровнем активной вовлеченности, которая формирует коллективное действие, готовность и заинтересованность пользователей к деятельностному воплощению своих политических установок, ценностных ориентаций и заявлений, оставляемых в том или иной форме в социальных медиа.

Глава 5

Процесс политической онлайн-мобилизации массовых офлайн-акций

В данной главе рассмотрены взаимосвязи политической мобилизации в офлайн- и онлайн-пространствах, рассмотрены основные направления и механизмы конвертации гражданской активности, выделены базовые характеристики технологического обеспечения данного процесса. По результатам проведенной работы формируется и описывается потоковая модель политической мобилизации в социальных сетях, характеризуются ключевые категории данной модели, включая конверсию, инверсию и конвекцию. На практических примерах (межстрановых кейсах) демонстрируется реализация данной модели, подтверждается ее значимость с опорой на результаты авторского эмпирического исследования.

5.1 Взаимосвязь политической активности в онлайн- и офлайн-пространствах

В данном параграфе представлены результаты социологического исследования взаимосвязи общественной активности в онлайн- и офлайн-средах. Социологические данные основаны на результатах онлайн-опроса пользователей социальных сетей, проведенного в марте 2021 года по квотируемой репрезентативной выборке N=1600 респондентов. В исследовании соотнесены практики социальной и политической активности российских пользователей социальных сетей в сетевом пространстве цифровых коммуникаций и физическом пространстве совместных действий. Фокусом внимания исследования стала возможности и факторы конверсии политической мобилизации онлайн в политическое участие офлайн.

Социологические данные, представленные в таблице 107, позволяют выявить интенсивность протестных сообщений. В целом треть (33%) граждан получала сообщения онлайн с призывами участвовать в политических акциях протеста офлайн. Среди онлайн-аудитории выделяется относительно большое (11%) целевое ядро протестных действий, которое часто получает провоцирующие активность сообщения, и весьма значительная (22%) периферия, которая изредка вовлекается в протестную повестку. В гендерных группах адресатами сообщений, призывающих к участию в акциях протеста, значительно чаще выступают мужчины, чем женщины. В возрастных группах, прежде всего, молодежь выступает целевой аудиторией протестных действий.

Таблица 107 – Интенсивность протестного потока сообщения в гендерных и возрастных группах пользователей социальных сетей («Как часто в Интернете Вы сталкиваетесь с сообщениями, призывающими к участию в акциях политического протеста?»)

В процентах

Варианты ответа	Все	Мужской	Женский	18-29 лет	30-44 лет	45-59 лет	60+ лет
Раз в неделю и чаще	11	13	8	16	8	12	6
Реже, чем раз в неделю	22	23	21	30	21	19	19
Никогда не встречал	68	64	71	54	72	69	75

Источник: составлено автором.

В ролевых группах главными адресатами онлайн-сообщений, подталкивающих к протестным действиям офлайн, являются активисты и участники. В политических группах оппозиционные пользователи в полном составе стали адресатами протестных сообщений. Таким образом, в социальных сетях сформировались целевые аудитории и адресные сообщества, настроенные на участие в протестных действиях. Оппозиционные активисты и участники преимущественно среди молодежи выступают главными микротаргетными группами, которые выступают проводниками конверсии протестных действий из онлайн-пространства в офлайн-пространство. Общее распределение представлено в таблице 108.

Таблица 108 – Интенсивность протестного потока сообщения в ролевых и политических группах пользователей социальных сетей. Как часто в Интернете Вы сталкиваетесь с сообщениями, призывающими к участию в акциях политического протеста?

В процентах

Варианты ответа	Все	Активисты	Участники	Зрители	Пассивисты	Провластные	Оппозиционные	Аполитичные
Раз в неделю и чаще	11	19	19	6	3	11	33	5
Реже, чем раз в неделю	22	37	30	16	14	19	67	13
Никогда не встречал	68	44	51	78	83	69	0	82

Источник: составлено автором.

Содержание сообщений в социальных сетях, подталкивающих к протестным действиям в реальном пространстве, сводится к нескольким темам. Указанные данные представлены в следующей таблице 109. В целом наибольшее число

протестных сообщений связано с темами ущемления гражданских прав, непопулярных решений правительства и проявлениями коррупции. Как оказалось, такие сообщения, сильнее всего подрывающие доверие к власти, получали около половины граждан. Другие темы, такие как введение ограничений на пользование Интернет-ресурсами, провоцирующее недовольство среди пользователей, ущемление прав меньшинств, инициирующие активность маргинальных сообществ, и защита коренного населения, направленных на раскол по этническому признаку, затрагиваются значительно реже. В гендерных группах мужчины чаще отмечают, что получают сообщения коррупционной тематики, а женщины несколько чаще, что правозащитной тематики. В возрастных группах молодежь значительно чаще отмечает поступление сообщений, формирующие настроения недовольства и провоцирующие протестные действия, с тематикой, связанной, прежде всего, с темами проявления коррупции во власти, несправедливых решений власти, ограничениями пользования Интернетом и притеснениями меньшинств. Пользователи зрелого поколения в целом получают уже значительно меньше протестных сообщений, среди них несколько выделяется тематика несправедливых решений власти. Пользователи старшего и пожилого поколений испытывают уже значительно меньшее информационное давление потока сообщений, направленного на протестную мобилизацию.

Таблица 109 — Тематика протестных сообщений в гендерных и возрастных группах пользователей социальных сетей («Каких тем касаются эти сообщения, призывающие к участию в акциях политического протеста?») В процентах

Варианты ответа	Все	Мужской	Женский	18-29 лет	30-44 лет	45-59 лет	60+ лет
Ущемление прав граждан	53	52	54	59	50	50	56
Несправедливые решения правительства	51	51	50	62	53	44	32
Борьба с коррупцией	49	53	43	62	52	38	32
Ограничения пользования Интернетом	26	28	24	35	26	19	22
Наступление на права меньшинств	19	18	19	27	20	11	16
Защита прав коренного населения	10	12	8	10	11	10	8
Другое	2	1	3	2	2	1	4

Источник: составлено автором.

В протестной мобилизации в ролевых группах прослеживаются направленные потоки сообщений различной интенсивности. Активисты испытывают наибольшее информационное воздействие, прежде всего, тем, связанных с нарушениями прав

граждан, проявлениями коррупции и защитой прав меньшинств. Участники в отличие от активистов значительно реже получают сообщения о необходимости защиты меньшинств, а в остальном весьма близки общим показателям информационного воздействия. Зрители несколько больше отмечают воздействие сообщений о несправедливых решениях власти и в меньшей степени о правах граждан. Пассивисты отмечают получение сообщений, связанных с темами гражданских прав и коррупцией. Провластные пользователи, в меньшей степени вовлеченные в протестную повестку, также получали сообщения, подталкивающие к политическим действиям, только несколько реже, за исключением темы введения ограничений пользование ресурсами Интернета. Оппозиционные пользователи целенаправленно настроены на протестную волну информации, выступая ключевыми потребителями сообщений, прежде всего, правозащитной и коррупционной тематик. Аполитичные пользователи избегают участия в протестных действиях, о чем свидетельствуют данные, представленные в таблице 110.

Таблица 110 — Тематика протестных сообщений в ролевых и политических группах пользователей социальных сетей («Каких тем, касаются эти сообщения, призывающие к участию в акциях политического протеста?») В процентах

Варианты ответа	Все	Активисты	Участники	Зрители	Пассивисты	Провластные	Оппозиционные	Аполитичные
Ущемление прав граждан	53	66	52	42	63	44	72	41
Несправедливость решений правительства	51	57	48	53	51	40	59	52
Борьба с коррупцией	49	59	45	42	61	41	66	35
Ограничение Интернет-прав	26	29	26	23	29	30	28	20
Наступление на права меньшинств	19	37	13	17	20	16	24	15
Защита прав коренного населения	10	12	9	12	8	8	11	11
Другое	2	1	3	1	0	3	1	1

Источник: составлено автором.

Пользователи социальных сетей по-разному реагируют на сообщения, подталкивающие к участию в протестных действиях. В целом четверть (26%)

пользователей игнорирует такие сообщения. Немногим менее половины (46%) прочитывают сообщения и затем по ситуации принимают решение об участии в протесте. Четверть (26%) пользователей проявляют высокую готовность к протестной мобилизации, среди которых весомая часть (15%) оказывает содействие организаторам, значимая часть (7%) собирает сторонников в своем кругу общения, а малая часть (4%) обязательно принимает участие в совместных действиях. В гендерных группах женщины проявляют значительно большую отстраненность от участия в протестных действиях, а мужчины больший интерес к содержанию протестных сообщений. В возрастных группах молодежь проявляет интерес, но не стремится включаться в организацию протестных действий. Зрелое поколение менее склонно участвовать в акциях протеста, чем старшее и пожилое поколения, которые оказались наиболее склонными к протестной мобилизации, что подтверждают данные опроса, представленные в таблице 111.

Таблица 111 – Реакция пользователей социальных сетей в гендерных и возрастных группах на протестные сообщения («Как Вы обычно реагируете на сообщения, призывающие к протесту?»)

Варианты ответа	В процентах						
	Все	Мужской	Женский	18-29 лет	30-44 лет	45-59 лет	60+ лет
Пропускаю и не вчитываюсь в детали	26	22	30	28	30	23	20
Прочитываю, осознаю ситуацию, принимаю решение	46	48	43	58	47	40	23
Связываюсь с организаторами, предлагаю помощь	15	16	14	6	16	18	33
Начинаю искать единомышленников в своем кругу	7	7	8	5	4	12	9
Обязательно принимаю участие	4	5	3	3	1	6	9
Другое	2	2	2	1	2	2	4

Источник: составлено автором.

В ролевых группах активисты отличаются более значительными долями проявляющих интерес к сообщениям и принимающих непосредственное участие в акциях протеста. Соответствующие результаты опроса представлены в следующей таблице 112. Участники реагируют на призывы весьма схоже с общими индикаторами. Зрители выделились большим желанием оказать содействие организаторам протестных действий. Пассивисты склонны игнорировать призывы к протесту либо ограничиться прочтением сообщения. В политических группах

провластные пользователи не склонны к непосредственному участию в акциях протеста, но активно обсуждают в своем кругу и даже оказывают содействие в организации. Данные проявления показывают, что в значительной степени выражение провластной позиции носит ситуативный и декларативный характер. Оппозиционные пользователи подходят к протестным сообщениям рационально – знакомятся с содержанием и затем принимают решение о содействии и участии. Аполитичные пользователи в большей части игнорируют сообщения, призывающие к протесту, но некоторые содействуют организаторам, ищут сторонников и сами участвуют в акциях. Таким образом, в политических группах, несмотря на предпочтения, протестные настроения различаются как по степени выраженности, так и характеру проявлений.

Таблица 112 – Реакция пользователей социальных сетей в ролевых и политических группах на протестные сообщения («Как Вы обычно реагируете на сообщения, призывающие к протесту?»)

Варианты ответа	В процентах							
	Все	Активисты	Участники	Зрители	Пассивисты	Провластные	Оппозиционные	Аполитичные
Пропускаю и не вчитываюсь в детали	26	18	23	24	53	29	0	54
Прочитываю, осознаю ситуацию, принимаю решение	46	54	47	44	32	35	77	20
Связываюсь с организаторами, предлагая помощь	15	13	16	20	5	21	10	14
Начинаю искать единомышленников в своем кругу	7	3	10	8	3	12	5	5
Обязательно принимаю участие	4	9	3	4	0	1	5	5
Другое	2	2	2	0	8	1	3	3

Источник: составлено автором.

Для выявления потенциала конверсии совместных действий были сопоставлены намерения пользователей участвовать в протестных акциях в онлайн- и офлайн-формах. Как оказалось, абсолютное большинство (63%) не выразило желание присоединиться к акции протеста в цифровой среде, только около четверти (23%) пользователей обозначили желание участвовать в протестных действиях онлайн. В уличных акциях протеста также абсолютное большинство (62%) не

выразило желание участвовать, только менее четверти (22%) в той или иной степени выразило желание присоединиться к протестным действиям. Соотнесение данных указывает на формирование устойчивого сегмента пользователей с протестными установками, которые в равной степени готовы участвовать в акциях в онлайн- и офлайн-форматах. Исходя из степени уверенности в намерениях участвовать, в протестном сегменте ядро составило от 8 до 10%, а периферия до 13% пользователей. Общее распределение представлено в таблице 113.

Таблица 113 – Намерения пользователей социальных сетей участвовать в акциях протеста в онлайн-формате («Если в ближайшее время в Вашем населенном пункте, регионе пройдут акции протеста в Интернете, социальных сетях, то присоединитесь ли Вы к ним?») В процентах

Варианты ответа	Все	Мужской	Женский	18-29 лет	30-44 лет	45-59 лет	60+ лет
Да	10	12	8	16	9	8	6
Скорее да, чем нет	13	14	13	20	14	10	10
Скорее нет, чем да	20	19	20	18	23	21	12
Нет	43	40	46	34	42	44	58
Затрудняюсь ответить	14	15	14	11	12	18	14

Источник: составлено автором.

Ядро протеста как в онлайн-, так и офлайн-средах образуют в большей части мужчины молодого возраста. Периферию протеста в онлайн-формате в равной степени образуют мужчины и женщины, а в офлайн-формате оказалось значительно больше мужчин. В онлайн- и офлайн-протестах намерены участвовать, прежде всего, представители молодого поколения. В возрастном ракурсе прослеживается явная зависимость: чем старше поколение, тем менее выражены в ее социальной группе протестные намерения. Общее распределение представлено в таблице 114.

Таблица 114 – Намерения пользователей социальных сетей участвовать в акциях протеста в офлайн-формате («Если в ближайшее время в Вашем населенном пункте, регионе пройдут акции протеста на улицах и площадях, то присоединитесь ли Вы к ним?») В процентах

Варианты ответа	Все	Мужской	Женский	18-29 лет	30-44 лет	45-59 лет	60+ лет
Да	8	11	6	13	8	6	8
Скорее да, чем нет	13	16	11	20	15	10	9
Скорее нет, чем да	18	17	19	20	20	18	10
Нет	44	40	48	33	43	49	54
Затрудняюсь ответить	16	16	16	14	14	18	20

Источник: составлено автором.

В ролевых группах менее половины (45%) активистов, еще меньше участников (40%), немногие (18%) зрители намерены присоединиться к акциям протеста в онлайн-формате. Показатели включения в протестные действия в офлайн-формате оказываются лишь немногим ниже у активистов (42%), у участников (35%) и такими же у зрителей (18%). Сопоставимые показатели намерений участвовать в протестных действиях в онлайн- и офлайн-пространствах указывают на общую заряженную аудиторию и возможности эффективной конверсии, что подтверждается данными опроса, представленными в таблице 115.

Таблица 115 – Намерения пользователей социальных сетей участвовать в акциях протеста в онлайн-формате («Если в ближайшее время в Вашем населенном пункте, регионе пройдут акции протеста в Интернете, социальных сетях, то присоединитесь ли Вы к ним?») В процентах

Варианты ответа	Все	Активисты	Участники	Зрители	Пассивисты	Провластные	Оппозиционные	Аполитичные
Да	10	26	23	0	0	8	29	7
Скорее да, чем нет	13	19	17	18	0	12	26	12
Скорее нет, чем да	20	22	20	17	23	20	18	20
Нет	43	29	33	32	77	48	16	46
Затрудняюсь ответить	14	6	8	33	0	13	12	16

Источник: составлено автором.

Таблица 116 – Намерения пользователей социальных сетей участвовать в акциях протеста в офлайн-формате («Если в ближайшее время в Вашем населенном пункте, регионе пройдут акции протеста на улицах и площадях, то присоединитесь ли Вы к ним?») В процентах

Варианты ответа	Все	Активисты	Участники	Зрители	Пассивисты	Провластные	Оппозиционные	Аполитичные
Да	8	25	18	0	0	5	27	7
Скорее да, чем нет	13	17	17	17	0	13	27	10
Скорее нет, чем да	18	19	18	16	22	18	24	17
Нет	44	30	35	33	79	51	8	48
Затрудняюсь ответить	16	9	12	34	0	13	14	18

Источник: составлено автором.

В политических группах среди провластных пользователей значительная часть (20%) выразила намерение участвовать в акциях протеста, среди оппозиционных пользователей таких оказалось большинство (55%), среди аполитичных пользователей также весьма значительная часть (19%), учитывая вес группы. Таким образом, протест в зависимости от тематики и характера действий не только может включать пользователей с выраженными оппозиционными установками, но и затрагивает определенные доли провластных и аполитичных пользователей. Общее распределение представлено в таблице 116.

Между намерениями пользователей социальных сетей присоединиться к протестным действиям в «легком» онлайн-формате и «тяжелом» офлайн-формате существует тесная связь, что подтверждают данные из таблицы 117. Кроме того, коэффициент корреляции Спирмена между форматами онлайн и офлайн-форматами протестных действий составил 0,694. Переменная имеет высокую положительную, статистически значимую корреляцию, что показывает высокую включенность в протестную активность, учитывая, что в протестных действиях онлайн были намерены принять участия менее четверти (23%) пользователей социальных сетей и офлайн лишь немногим меньше (21%). Распределение выявляет, что эти группы полностью не совпадают, но пересечение оказывается весьма значительное (16%). К протестным действиям офлайн не намерена присоединяться часть (7%) участвующих онлайн, а к протестным действиям онлайн не намерена присоединяться часть (5%) участвующих офлайн. Таким образом, сформированы устойчивые протестные сетевые сообщества, которые участвуют в совместных действиях как онлайн, так офлайн, обеспечивающих высокую эффективность как конверсии, так и инверсии.

Таблица 117 – Пересечение пользователей социальных сетей, намеренных участвовать в акциях протеста в онлайн- и офлайн-форматах («Если в ближайшее время в Вашем населенном пункте, регионе пройдут акции протеста в Интернете, социальных сетях, то присоединитесь ли Вы к ним?») / «Если в ближайшее время в Вашем населенном пункте, регионе пройдут акции протеста на улицах и площадях, то присоединитесь ли Вы к ним?»)

В процентах

Онлайн / офлайн	Да	Скорее да, чем нет	Скорее нет, чем да	Нет	Затрудняюсь ответить	Всего
Да	6	1	1	1	0	8
Скорее да, чем нет	2	7	3	1	0	13
Скорее нет, чем да	1	3	12	2	0	18
Нет	1	1	4	36	3	44
Затрудняюсь ответить	1	1	1	3	11	16
Всего	10	13	20	43	14	100

Источник: составлено автором.

Активные. Общественная активность пользователей социальных сетей в онлайн- и офлайн-средах имеет некоторые различия как в паттернах поведения, так и в способах взаимодействия. «Заряженные» пользователи, включающие активистов и участников, для взаимодействия с общественными институтами для реализации гражданских инициатив и социальной помощи людям используют несколько отличные каналы коммуникации. В целом для этого в представлении пользователей больше подходят инициативные группы и движения, учреждения социального обеспечения, люди по местам работы или жительства и органы власти. Пользователи больше предпочитают взаимодействовать с общественными институтами офлайн, особенно с инициативными группами и движениями, людьми по месту жительства и российскими НКО. Значительно больше пользователей находит преимущества в онлайн-коммуникации при взаимодействии с политическими партиями. Соответствующие данные опроса представлены на рисунке 39.



Источник: составлено автором.

Рисунок 39 — Паттерны офлайн- и онлайн-взаимодействия активных пользователей социальных сетей с общественными институтами («С кем Вы предпочитаете взаимодействовать непосредственно (офлайн) / через цифровые коммуникации (онлайн) для реализации гражданских инициатив, оказания помощи и поддержки другим людям?», в процентах, несколько вариантов ответа)

Взаимосвязь между онлайн- и офлайн- общественной активностью пользователей социальных сетей позволяет определить сопряжение соответствующих переменных. В таблице 118 представлены кросс-табуляционные связи установок на взаимодействие с различными организациями для реализации гражданских инициатив онлайн и офлайн.

Таблица 118 – Корреляции установок пользователей социальных сетей на взаимодействие с различными институтами для реализации гражданских инициатив онлайн и офлайн
в процентах

С кем Вы предпочитаете взаимодействовать онлайн для реализации гражданских инициатив?	С кем Вы предпочитаете взаимодействовать онлайн для реализации гражданских инициатив?													
	учреждения социального обеспечения	государственные и муниципальные власти	политические партии	государственные социальные фонды	негосударственными благотворительные фонды	международные благотворительные фонды	российские некоммерческие организации	зарубежными некоммерческие организации	профессиональные союзы	национальные общины, землячества	религиозные организации и сообщества	инициативные группы/движения	люди по месту учебы/работы	люди по месту жительства
Учреждения социального обеспечения	48	38	26	35	26	28	23	17	31	37	33	16	21	25
Государственные и муниципальные власти	27	45	27	31	21	16	26	28	16	28	16	17	20	26
Политические партии	18	25	41	25	23	23	20	18	18	36	15	18	11	8
Государственные социальные фонды	25	22	23	33	24	28	20	2	16	20	10	12	18	17
Негосударственные благотворительные фонды	16	18	25	27	44	38	32	31	19	27	22	19	14	13
Международные благотворительные фонды	16	13	25	21	24	37	20	22	18	19	9	7	9	10
Российские некоммерческие организации	13	18	25	18	31	36	67	39	23	22	27	22	13	13
Зарубежные некоммерческие организации	7	10	9	12	13	22	22	30	12	9	5	5	5	5
Профессиональные союзы	20	14	21	15	20	20	18	21	49	27	26	13	20	14
Национальные общины, землячества	11	11	7	11	10	11	9	15	11	35	19	7	7	5
Религиозные организации и сообщества	7	9	7	8	10	12	7	10	10	24	45	7	6	8
Инициативные группы/движения	14	21	24	21	41	38	44	35	26	29	38	73	28	34
Люди по месту учебы/работы	19	19	27	27	24	31	27	22	34	29	17	25	62	31
Люди по месту жительства	20	17	23	23	17	22	21	20	28	29	26	30	30	73

Источник: составлено автором.

Сопряжение указанных переменных показано в сравнении со значением «в целом». Цветом выделены статистически значимые отличия «в большую» сторону от данного значения. При сопоставлении долей между группами используется поправка Бонферрони на множественность сравнений. Представленные данные демонстрируют наличие тесной связи между онлайн- и офлайн-предпочтениями пользователей при выборе институтов взаимодействия для реализации гражданских инициатив. Наиболее сильная связь онлайн- и офлайн-взаимодействия пользователей с институтами установлена в отношении инициативных групп, людей по месту жительства и работы, российских НКО. Значительная связь также установлена между взаимодействием онлайн и офлайн с профсоюзами, учреждениями социального обеспечения, органами власти, религиозными организациями. Между разными институтами значительная связь установлена в отношении инициативных групп офлайн и российских НКО, негосударственных фондов онлайн.

В целом общественно активные пользователи социальных сетей, включающие организаторов и участников, заявляют о своей разносторонней деятельности в физической среде. Около трети (32%) активных пользователей заявляет об участии в публичных мероприятиях для решения социальных и политических проблем. Немногим меньшее число (28%) обозначает свое участие в мероприятиях общественных организаций, а около четверти (23%) отмечает свое участие в волонтерской деятельности. Значительная доля (20%) активных пользователей предпочитает в инициативном порядке самостоятельно решать общественные проблемы, а сопоставимая доля (18%) обращается за содействием в общественную организацию для решения таких проблем. Существенная доля (14%) активных пользователей включается в организационную деятельность общественных организаций или более массовых социальных движений. Деятельность политических партий оказалась наименее (13%) востребованной среди гражданских активистов.

В гендерных группах мужчины оказались более расположенными к участию в совместных мероприятиях, в общественных и политических организациях, а женщины к занятию волонтерской и инициативной работой. В возрастных группах молодежь демонстрирует наибольшую вовлеченность в общественную деятельность, предпочитая участвовать в общественных мероприятиях, волонтерских проектах и социальных движениях. Пользователи зрелого возраста несколько больше ориентированы на содействие деятельности общественных организаций, а пользователи старшего возраста больше настроены на участие в мероприятиях общественных организаций. Пользователи пожилого возраста расположены в инициативном порядке решать общие задачи, участвовать

в общественных мероприятиях и деятельности общественных организаций. Общее распределение представлено в таблице 119.

Таблица 119 – Гражданская активность онлайн в гендерных и возрастных группах («Каким образом Вы чаще всего проявляете свою гражданскую активность в обычной среде, офлайн?»)

Варианты ответа	В процентах						
	Все	Мужской	Женский	18-29 лет	30-44 лет	45-59 лет	60+ лет
Участвую в общественных мероприятиях для решения проблемы	32	36	27	37	27	32	34
Участвую в мероприятиях общественной организации	28	28	27	30	21	33	30
Бываю волонтером	23	19	26	34	18	18	17
Инициативно и лично решаю общую задачу	20	18	22	18	17	23	26
Обращаюсь в общественную организацию, предлагаю помощь	18	21	16	17	23	16	13
Выступаю активистом общественного движения (организации)	14	16	12	19	13	12	8
Участвую в мероприятиях политической партии	13	16	9	15	15	11	2
Другое	4	6	3	5	4	4	2

Источник: составлено автором.

В ролевых группах активисты выделяются настроением на бурную деятельность, прежде всего, организацию мероприятий общественных движений либо организаций. Участники, согласно избранной роли, существенно меньше нацелены на погружение в общественную деятельность, больше ориентируясь на ситуативное содействие решению социальных проблем. В политических группах провластные пользователи намерены несколько больше участвовать в общественных мероприятиях офлайн, но не настроены включаться в деятельность общественных организаций и движений. Оппозиционные пользователи показывают значительно большую активность в участии как в общественных мероприятиях, так и в деятельности общественных движений и политических партий, проявляя инициативу в решении общих задач. Аполитичные пользователи ориентированы на волонтерскую деятельность и реализацию личных инициатив. Таким образом, активность пользователей социальных сетей в офлайне ориентирована преимущественно на ситуативное общественное участие, а не на трудозатратную общественную и политическую деятельность, о чем свидетельствуют данные в следующей таблице 120.

Таблица 120 – Гражданская активность онлайн пользователей социальных сетей в ролевых и политических группах («Каким образом Вы чаще всего проявляете свою гражданскую активность в обычной среде, офлайн?»)

В процентах

Варианты ответа	Все	Активисты	Участники	Провластные	Оппозиционные	Аполитичные
Участвую в общественных акциях, пикетах для решения проблемы	32	30	33	34	44	26
Участвую в мероприятиях общественной организации	28	32	27	29	33	25
Бываю волонтером	23	31	20	19	25	24
Инициативно и лично решаю общую задачу	20	25	18	16	24	21
Обращаюсь в общественную организацию, предлагаю помощь	18	22	17	17	20	19
Выступаю активистом общественного движения	14	61	0	12	22	12
Участвую в мероприятиях политической партии	13	15	12	14	19	8
Другое	4	1	5	4	4	4

Источник: составлено автором.

Пересечение показателей паттернов общественной активности пользователей социальных сетей в онлайн- и офлайн-пространствах позволяет установить силу связи. В таблице 121 показано сопряжение значений обозначаемых практик общественной активности онлайн и офлайн. Данные представлены также в сравнении с параметром общественной активности офлайн «в целом». Статистически значимые отличия выделены «в большую» сторону от показателей «в целом». При сравнении долей между группами используется поправка Бонферрони на множественность сравнений. Наиболее сильные связи паттернов общественной активности, способствующие конверсии, проявились между онлайн-форматом внесения средств для решения проблем, выступления в инициатором или активистом, обсуждение способов решения проблем, размещение контента организаторов акций и офлайн-форматом участия в мероприятиях общественных организаций. Также сильные связи обнаружились между онлайн-форматом выступления инициатором или организатором акции и офлайн-форматом личного решения общих задач, деятельности в общественной организации. Таким образом, граждане, имеющие личную установку на реализацию гражданских инициатив,

активно используют возможности онлайн-пространства для более эффективного решения социальных проблем офлайн.

Таблица 121 — Сопряжение паттернов общественной активности пользователей социальных сетей онлайн и офлайн

В процентах

Каким образом Вы, чаще всего, проявляете свою общественную активность офлайн?	Каким образом Вы, чаще всего, проявляете свою общественную активность онлайн?									
	обозначая поддержку, ставя лайки, подписывая петиции	размещаю контент от инициаторов на своей странице	комментирую контент инициаторов в их аккаунтах	обсуждаю с инициаторами способы решения проблемы	осуществляю пожертвование средств на решение проблемы	помогаю инициаторам собирать ресурсы для решения проблемы	участвую в акциях, флэш-мобах в социальных сетях	создаю и размещаю собственный контент	выступаю в качестве инициатора/активиста	в целом
Участвую в мероприятиях, направленных на решение проблемы	44	42	38	45	34	38	40	29	33	32
Обращаюсь в общественную организацию, предлагаю помощь	21	28	23	24	27	28	28	21	22	18
Участвую в мероприятиях общественных организаций	30	43	37	44	51	30	40	35	48	28
Участвую в мероприятиях политических партий	12	19	18	21	21	28	25	19	29	13
Являюсь волонтерами	26	26	27	28	35	41	31	36	40	23
Являюсь активистом общественной организации	14	21	19	29	25	28	33	31	42	14
Решаю общую задачу лично по собственной инициативе	21	25	23	30	23	26	28	41	46	20

Источник: составлено автором.

«Драйвовые» пользователи, следующие моделям поведения активистов и участников, обозначали свое участие в политической деятельности офлайн в различных формах. Более половины (61%) пользователей заявили о своем участии в голосовании на выборах, а четверть (26%) пользователей отметили свое участие в избирательных кампаниях. Более трети (35%) пользователей подписывали общественные обращения или петиции к власти, значимая часть (16%) участвовала в уличных акциях протеста и массовых митингах. Немногие пользователи обозначили свое членство в общественной организации (16%), в «системной» партии (13%) и внесистемной партии (10%).

Как оказалось, в гендерных группах мужчины значительно чаще принимали участие в избирательных кампаниях, женщины несколько чаще подписывали

обращения к властям. В возрастных группах молодежь больше расположена подписывать петиции, участвовать в деятельности общественных организаций, в собраниях и акциях протеста. Активные представители зрелого поколения проявили несколько большее участие в избирательных кампаниях и в деятельности системных и несистемных политических партий. Активные представители старшего поколения также больше проявили себя в избирательных кампаниях и в деятельности системных партий. Активные представители пожилого поколения более расположены участвовать в подписании обращений к властям, в акциях протеста и в деятельности партий, представленных в Государственной Думе. Общее распределение представлено в таблице 122.

Таблица 122 – Политические действия онлайн активных пользователей социальных сетей в гендерных и возрастных группах («Каким образом проявляется Ваша политическая активность в обычной среде, онлайн?»)

Варианты ответа	В процентах						
	Все	Мужской	Женский	18-29 лет	30-44 лет	45-59 лет	60+ лет
Голосую на выборах	61	61	60	63	59	61	58
Подписываю обращения, петиции	35	34	37	49	29	26	40
Участвую в избирательных кампаниях	26	30	21	23	28	29	19
Состою в общественной организации	16	18	14	20	18	14	8
Участвую в собраниях, митингах, акциях протеста	16	19	13	25	12	11	18
Состою в парламентской партии	13	15	12	7	17	17	12
Состою в непарламентской партии	10	12	7	8	14	11	2
Поддерживаю парламентскую партию	7	6	8	6	7	6	13
Поддерживаю непарламентскую партию	6	8	4	8	4	7	2
Другое	3	3	2	4	2	2	2

Источник: составлено автором.

В ролевых группах активных пользователей организаторы значительно больше проявляют себя в деятельности общественных организаций, содействии политическим партиям, проведении избирательных кампаний и подписании петиций. По сравнению с организаторами участники в меньшей степени включены в политическую деятельность, особенно в деятельность общественных организаций. Провластные пользователи обозначают несколько большее участие в деятельности политических партий. Оппозиционные пользователи проявили интенсивную

политическую деятельность, особенно в участии в протестных акциях, подписании петиций и голосовании на выборах. Аполитичные общественно активные пользователи оказались менее расположены к политическому участию, особенно в акциях протеста. Общее распределение представлено в таблице 123.

Таблица 123 – Политические действия офлайн активных пользователей социальных сетей в ролевых и политических группах («Каким образом проявляется Ваша политическая активность в обычной среде, офлайн?»)

Варианты ответа	В процентах					
	Все	Активисты	Участники	Провластные	Оппозиционные	Аполитичные
Голосую на выборах	61	59	61	58	74	57
Подписываю обращения, петиции	35	42	33	24	61	33
Участвую в избирательных кампаниях	26	36	23	24	30	25
Состою в общественной организации	16	32	12	17	23	13
Участвую в собраниях, митингах, акциях протеста	16	24	14	9	41	11
Состою в парламентской партии	13	14	13	16	10	13
Состою в непарламентской партии	10	13	9	14	10	7
Поддерживаю парламентскую партию	7	15	5	8	7	7
Поддерживаю непарламентскую партию	6	9	5	4	14	4
Другое	3	2	3	2	2	3

Источник: составлено автором.

Пересечение паттернов политической активности в онлайн- и офлайн-пространствах позволяет выявить степень взаимосвязи между практиками, что представлено в следующей таблице 124. В результате наиболее сильные связи выявлены между информацией Интернет-ресурсов власти и голосованием на выборах, между поступлением информации онлайн оппозиционных ресурсов и подписание обращений к власти, участие в акции протеста и поддержкой несистемных партий, между ведением политического блога и участием в общественных организациях, поддержкой политических партий, получением информации от Интернет-сообществ и подписанием петиций, участие в акциях протеста, между модерацией сообществ социальных медиа и общественными организациями, членством и поддержкой политических партий, между краудсорсингом, краудфандингом онлайн и членами, сторонниками политических партий, между организацией волонтеров онлайн и деятельностью в общественных организациях, поддержкой системных партий. Таким образом, между определенными паттернами политической активности онлайн и офлайн существует

сильная связь, что позволяет их использовать для эффективной конверсии и инверсии совместных действий.

Таблица 124 – Сопряжение паттернов политической активности пользователей социальных сетей онлайн и офлайн

В процентах

Каким образом проявляется Ваша политическая активность офлайн?	Каким образом проявляется Ваша политическая активность онлайн?							
	подписан на Интернет- ресурсы органов власти	подписан на Интернет- ресурсы оппозиции	веду блог на политические темы	подписан на политические онлайн-сообщества	модерирую политические онлайн-сообщества	собираю идеи решений и средства в политических целях	организую волонтеров для политических мероприятий	в целом
Голосую на выборах	72	66	48	69	49	33	60	61
Подписываю обращения, петиции	36	51	28	51	26	21	32	35
Участвую в избирательных кампаниях	34	33	39	27	28	26	30	26
Состою в общественной организации	17	24	32	21	41	20	34	16
Участвую в собраниях, митингах, акциях протеста	14	31	23	29	13	30	19	16
Состою в парламентской партии	12	15	31	13	27	38	23	13
Состою в непарламентской партии	10	16	33	11	27	21	16	10
Поддерживаю парламентскую партию	7	8	13	8	24	38	18	7
Поддерживаю непарламентскую партию	3	13	6	9	18	18	10	6

Источник: составлено автором.

При политической мобилизации онлайн конверсионным резервом офлайн-действий выступает значительная часть (35%) пользователей, избравших модель поведения зрителей. Согласно полученным данным, лишь некоторые зрители допускают в той или иной степени переход к офлайн-практикам для реализации гражданских инициатив (17%) и политических инициатив (16%). В отношении реализации гражданских инициатив данные «подвижные» зрители придерживаются как провластной (24%), так и оппозиционной (26%) ориентаций. В отношении реализации политических инициатив «подвижных» зрителей провластной и

оппозиционной ориентаций оказалось несколько меньше (20% и 18%, соответственно). Таким образом, гражданская повестка совместных действий для политических сил имеет несколько больший потенциал для конверсии, но в целом зрительская модель поведения оказывается весьма устойчивой. Общее распределение представлено в таблице 125.

Таблица 125 — Возможности конверсии активности зрителей по гражданским и политическим мотивам («Допускаете ли Вы для себя в ближайшие год-два переход от онлайн-активности к реальным практикам в сфере гражданских или политических инициатив?»)

В процентах

Варианты ответа	Гражданские инициативы				Политические инициативы			
	зрители	провластные	оппозиционные	аполитичные	зрители	провластные	оппозиционные	аполитичные
Безусловно, да	6	10	4	4	5	5	3	5
Скорее да	11	14	22	7	11	15	15	7
Скорее нет	22	24	25	20	24	24	24	24
Безусловно нет	30	21	1	40	30	22	7	39
Затрудняюсь ответить	32	31	49	30	31	33	51	26

Источник: составлено автором.

Пользователи социальных сетей, следуя ролевой модели общественного поведения, обосновывают выбор различными мотивами. Зрители в онлайн-среде обозначают несколько различные мотивы нежелания переходить к социальным и политическим офлайн-активностям. Согласно результатам социологического исследования, конверсию социальной активности зрителей сдерживают, прежде всего, мотивы, связанные с негативным опытом общественного участия, множеством общественных инициатив и проектов и представлением об обслуживании чьих-либо интересов. Конверсию политической активности зрителей удерживают, прежде всего, мотивы, обозначающие чрезмерное число общественных инициатив и проектов, их слабое влияние на общественное благополучие. Таким образом, вовлечение зрителей в социальные и политические действия офлайн представляется весьма затруднительным мероприятием, требуя дезавуирования сформированных мотивов поведения. Подробное распределение представлено на следующем рисунке 40.



Источник: составлено автором.

Рисунок 40 — Мотивы закрепления зрительской модели поведения пользователей социальных сетей («Почему такие люди как Вы предпочитают оставаться онлайн для проявления, реализации социальной / политической активности? несколько вариантов ответа»)

Для конверсии политической мобилизации онлайн в совместные действия офлайн важность представляют факторы, способствующие повышению общественной активности. Как показали данные исследования, представленные в таблице 126, из предложенных вариантов активации социальной и политической деятельности среди зрителей обозначились три ведущих фактора: повышение уровня жизни, появление сильной организации и/или сильного лидера, способных объединить граждан. Некоторых пользователей к общественной активности подталкивает разразившейся экономический кризис и произошедшая смена политического курса. Лишь немногие зрители опасаются введения государством санкций за общественную пассивность. В политических группах провластных зрителей несколько больше может активировать повышение уровня жизни и введение санкций за неучастие в общественной деятельности, а оппозиционных зрителей больше мотивирует наряду с ростом уровня жизни смена власти. Таким образом, многочисленные зрители подвержены активации под влиянием как

позитивных, так и негативных изменений посредством мобилизации объединяющей организацией либо сильного лидера.

Таблица 126 – Факторы повышения социальной и политической активности зрителей «При каких условиях Вы могли бы активизировать свою социальную и политическую деятельность?»»)

Варианты ответа	В процентах			
	Зрители	Провластные	Оппозиционные	Аполитичные
Повышение уровня и качества жизни	19	21	25	17
Появление организации, объединяющей людей	18	15	16	20
Появление сильного лидера с близкими идеями	17	17	13	17
Смена политического курса власти	11	7	10	13
Усиление экономического кризиса	11	10	12	11
Введение государством санкций за неучастие	9	14	0	8
Смена руководства страны	7	7	14	7
Переезд в другую страну	4	5	6	3
Если за участие введут поощрения	4	4	0	5
Другое	1	1	5	1

Источник: составлено автором.

В заключении *параграфа 5.1* следует сделать следующий вывод. Полученные данные соответствуют современным результатам масштабного мета-анализа прикладных исследований общественной активности [581]. Мета-анализ результатов тематического массива исследований выявил умеренно положительную связь как с политическим онлайн-участием, так и политическим офлайн-участием без статистически значимой разницы в величине. Причем сила связи для политического участия онлайн оказалась стабильна как с течением времени, так и в контексте различных стран [556]. Цифровые коммуникации выступают средством реализации общественной активности граждан, расширяя возможности организации совместных действий. Корреляция предпочтений форм общественной активности онлайн и офлайн еще более явно показывает наличие прямой и выраженной связи между практиками совместных действий граждан в цифровой и физической средах. Пользователи, ориентированные на реализацию гражданских инициатив, активно используют возможности онлайн-коммуникаций для решения общественных проблем офлайн. Установление тесной связи между общественной активностью в онлайн- и офлайн-средах позволяет выявить механику процесса политической мобилизации.

5.2 Механизмы конверсии, инверсии и конвекции политической мобилизации в социальных медиа

В данном параграфе рассматриваются механизмы перехода политической мобилизации онлайн в совместные действия в офлайн. На основании определенных сценариев организации массовых акций посредством социальных медиа создана потоковая модель, учитывающая конверсивные, инверсивные и конвективные механизмы политической мобилизации. Эффективность механизмов политической мобилизации в социальных медиа для организации массовых акций оценивается на основании анализа наиболее показательных случаев.

Теоретическая рамка. Направленные информационные потоки в социальных сетях способны вызвать «коллективное кипение» [164]. В социальных медиа параллельно происходят процессы распространения информации и привлечения сторонников. В запуске цепочек сообщений высокого порядка решающее значение имеет небольшое ядро центральных пользователей, которые выступают в качестве генераторов информационных каскадов. Всплески привлечения сторонников выявляют эффекты информационного заражения, которые усиливаются под воздействием стимулов, получаемых из разных источников в течение короткого временного интервала. Интенсивность информационного воздействия, которое вызывают намерения сторонников присоединиться к совместным действиям, предопределяет пороговые уровни политической мобилизации [509].

Вопрос о конверсии политической онлайн-мобилизации в политические офлайн-действия рассматривается в концептуальном аспекте участия и прикладном аспекте технологий. Исследователи приходили к весьма противоречивым выводам в отношении отдачи от политической мобилизации в социальных сетях для политического участия. Исследователи-киберпессимисты не находили убедительных доказательств расширения офлайн-мобилизации среди пользователей социальных сетей, утверждая, что в целом онлайн- и офлайн-участие не связаны между собой, и развенчивая преувеличенные ожидания о благотворном влиянии социальных сетей на политическую активность граждан [454].

Использование социальных сетей положительно связано как с поведенческими, так и с установочными формами политической активности. Цифровые медиа влияют на политическое участие граждан прямым и косвенным образом, открыв новые способы взаимодействия, выражения политических взглядов и нахождения общих интересов. Прямые эффекты использования цифровых медиа видятся в расширении возможности взаимодействия граждан в своем политическом

окружении, а косвенные эффекты в изменениях способов влияния на ресурсы, установки и модели поведения пользователей. Цифровые медиа создали в политических системах структуры возможностей, зависящие от контекстуальных факторов [130].

Исследователи выявляли корреляцию между крупномасштабной мобилизацией сторонников в социальных медиа и последующим децентрализованным управлением политическими акциями, создающими важные последствия для изменения баланса сил между активированными гражданами и государственными институтами [572]. Для кибероптимистов Интернет и социальные сети имеют принципиальное значение для политической мобилизации, позволяя организовывать и координировать совместные действия. Платформы социальных медиа не только обеспечивают активность пользователей в социальных сетях, но и формируют ее. Изменения функций платформ приводит к изменениям в способах мобилизации и распространения информации о совместных действиях. Функциональные возможности платформ не столько определяют применение социальных технологий, сколько задают направление их использования. Лидерство и коллективные идентичности продолжают играть жизненно важную роль в онлайн-противостоянии. Лидеры и активисты, объединяющие сторонников, разработали стратегии коммуникации и мобилизации при использовании социальных платформ: от продвижения определенных хештегов до выбора конкретных сервисов для достижения целей. Организация протестных действий в социальных сетях зависит от креативности и рефлексивности пользователей. Меняющиеся активистские практики и развивающиеся коммерческие стратегии платформ социальных медиа стали взаимообусловленными [215].

Рассмотрение факторов политической мобилизации в социальных сетях, выраженных в уровне неудовлетворенности режимом и информированности граждан о том, когда, где и как произойдут потенциальные протесты, выявило следующие результаты. Публичное выражение недовольства режимом оказывает неоднозначное влияние на уровень протеста, корреляция между антиправительственным контентом и протестом не выявила значительной причинно-следственной связи. Однако предоставление информации о логистике, способствуя снижению стоимости участия в акции протеста, приводит к более масштабным и сплоченным действиям против режима [536]. Расширение политических онлайн-дискуссий между различными идейными секторами косвенно влияет на политическое офлайн-участие через влияние обмена политической информацией в социальных сетях [527].

Исследователи отмечают, что цифровизация за последние два десятилетия существенно повлияла на способы гражданской и политической деятельности. Развитие цифровых коммуникаций привело к расширению возможностей политического участия. Платформы социальных сетей оказались интегрированными с общественной деятельностью. Формы участия на основе социальных сетей независимы от традиционных способов участия. Действия, поддерживаемые Интернетом и имеющие традиционные эквиваленты, используются вместе с этими эквивалентами. В то же время действия, поддерживаемые платформами социальных сетей и не имеющие прямого традиционного эквивалента, не используются вместе, представляя собой разные способы участия. Политические действия, использующие платформы социальных медиа, различаются по факторной структуре [579].

В политической сфере пионерами измерения конверсии стали исследователи электоральных процессов. В ряде экспериментальных исследований предпринимается попытка просчитать эффект конверсии политической мобилизации онлайн, выраженный в политических действиях офлайн. Широкую известность получил эксперимент американских исследователей, проводших анализ рандомного воздействия мотивирующих сообщений на участие в голосовании. В 2010 году на выборах в Конгресс США 61 млн пользователей социальной сети Facebook были отправлены сообщения. Пользователей случайным образом распределяли по группам направления социальных сообщений и информационных сообщений, а также выделив контрольную группу. Социальное сообщение призывало пользователя проголосовать, содержало ссылку для поиска избирательных участков, отображало кнопку с надписью: «Я проголосовал» со счетчиком, показывающим, сколько других пользователей Facebook ранее сообщили о голосовании, и отображало до шести небольших случайно выбранных фотографий из профилей друзей пользователя в Facebook, которые уже нажали кнопку «Я проголосовал». Группе информационных сообщений были показаны сообщение, информация об опросе, счетчик и кнопка, но не было показано лиц друзей. Контрольная группа не получила ни одного сообщения в верхней части своей ленты новостей.

Результаты эксперимента выявили, что сообщения оказали прямое влияние на поведение избирателей, подталкивая к поиску информации и сказываясь на политических предпочтениях. Нажимая кнопку «Я проголосовал» пользователи сообщают о своем голосовании своему сообществу, поэтому это действие можно считать политическим самовыражением. Пользователи нажимали кнопку «Я проголосовал» несколько чаще (20%) при получении социального сообщения, чем при получении информационного сообщения (18%). Пользователи, получившие

социальное сообщение, также чаще нажимали на ссылку со сведениями об избирательном участке, чем пользователи, получившие информационное сообщение. Доставленные сообщения оказали влияние не только на пользователей, но и на их друзей, а также на друзей этих друзей. Косвенное влияние социальных сообщений на участие в голосовании было больше, чем их прямое воздействие.

Результаты эксперимента показали, что распространяемые в сети социальные сообщения привели к увеличению явки непосредственно на 60 тыс. избирателей и опосредовано через социальное заражение еще добавили 280 тыс. избирателей. В целом социальные сообщения привлекли как минимум 340 тыс. избирателей, что составило 0,14% от 236 млн общей численности избирателей. Исследователи предполагают, что максимум значений влияния составляет большую часть прироста явки на 0,6% по сравнению с прошлыми выборами в конгресс. При этом распространение сообщений происходило, прежде всего, между «взаимодействующими друзьями», что свидетельствует о прочных связях в социальных сетях. Близкие друзья оказали примерно в четыре раза большее влияние на общее количество мобилизованных избирателей, чем само послание.

Таким образом, исследователи выявили, что сообщения в социальных медиа влияют на модели поведения в офлайне. Политическая мобилизация онлайн на выборах стимулирует самовыражение, интерес к информации и реальную явку избирателей. В сетевом онлайн-пространстве социальная мобилизация оказалась более эффективна, чем информационная мобилизация. Показ знакомых лиц пользователям повышает эффективность мобилизационного сообщения. Эффекты информационного воздействия в социальных сетях следует рассматривать с учетом распространения от пользователя к пользователю. В отличие от результатов для близких друзей исследователи обнаружили, что друзья в социальной сети Facebook оказывают меньший эффект.

Исходя из этого исследователи пришли к заключению, что политическая онлайн-мобилизация более эффективна, когда производится через прочные сети, которые существуют как в онлайн-пространстве, так и офлайн-пространстве [468]. К тому же исследователи, проведя Интернет-опросы граждан ряда европейских стран, выявили, что избиратели, получившие приглашение по электронной почте или в социальных сетях проголосовать за партию или кандидата, более активно участвовали в выборах. Причем взаимосвязь между мобилизацией и вовлеченностью оказалась сильнее среди тех, кто не вникал в ход избирательной кампании. Таким образом, делается вывод, что онлайн-мобилизация способствует росту политической активности на индивидуальном и на общем уровнях, содействуя повышению гражданского участия [237].

Понятие *конверсия* используется в маркетинге на платформах социальных медиа (Social Media Marketing, SMM) для оценки эффективности кампаний продажи товаров и продвижения брендов посредством привлечения внимания и информирования аудитории о продукте либо услуге. В SMM под конверсией понимают реакции (просмотр, лайк, репост, подписка) или действия (регистрация, заказ, покупка, отзыв) пользователей на рекламу или иной промо-контент в социальных сетях. Число конверсий обычно соотносится с целью компании по увеличению показателей продаж и прибыли [345]. Цифровые сервисы позволяют отслеживать конверсию «гостей в клиенты», выраженную в статистике целевых действий и последующих потребительских активностях [119]. Анализ показателей конверсии на платформе социальных медиа позволяет отслеживать воздействие рекламных кампаний на выбор потребителей, настраивая контент на аудитории или подстраивая контент под целевые аудитории (адресные группы) [69]. Конверсия в социальных медиа чаще всего рассчитывается как соотношение просмотров промо-контента к целевым действиям. Показатель конверсии позволяет оценить эффективность маркетинговых кампаний в социальных медиа на определенных этапах «воронки продаж» [613].

По современному смысловому содержанию из маркетинга понятие конверсии перешло в политические науки. В данной области научных знаний конверсия выступает показателем результативности и интенсивности политических кампаний и политического участия в социальных медиа [109]. Исследователи рассматривают конверсию гражданской и политической активности онлайн в физические действия офлайн [251]. Одни посредством социологических опросов выявляют зависимость между политической мобилизацией онлайн и политическими действиями офлайн от сформированных паттернов пассивного общественного поведения большинства, что выступает сдерживающим фактором конверсии [368]. Другие на основании моделирования процессов полагают, что конверсия гражданской активности онлайн в политическое участие офлайн или цифрового общественного участия в реальные политические практики образуется из разнообразных вариантов и сценариев обменов между агентами, которые меняются ролями и средами, обеспечивая силу «слабых связей» [246]. Исследователи также выявляют посредством социальных графов зависимость между плотностью связей в сообществах и влиянием сетевых акторов в социальных медиа, которые обеспечивают более эффективную конверсию онлайн-установок в офлайн-действия [317].

В свою очередь понятие *инверсия* означает изменение направления, расположение элементов в обратном порядке. Понятие инверсия также инкорпорировано в политические науки, ряд политических исследований отражает

сущность данного процесса. В политических исследованиях инверсия рассматривается как изменение траектории общественного развития. Так исследователи обращают внимание на инверсионные процессы в переходных обществах, включая многовариантные последствия инверсии в социальных и политических сферах [50]. Инверсия также трактуется как переворачивание смыслов общественных изменений, выражаемых в реактивном типе развития для необходимости выживания социума [419]. Инверсия рассматривается в аспекте ситуативного использования идеологий для обеспечения устойчивости политического режима [424]. Инверсия в геополитическом аспекте видится как смена лидеров, которая обусловлена перемещением мировых центров экономического развития [258]. Инверсия наблюдается в изменении стратегии центров силы в международных отношениях [342].

В настоящей работе инверсия рассматривается как реакция онлайн-пользователей на сообщения о происходящих офлайн-событиях. Инверсивный механизм политической мобилизации в социальных медиа рассматривается в ряде исследований. В частности, эффективность реализации возможностей социальных медиа ставится в зависимость от возникновения резонансного события, вызывающего протестную мобилизацию, с наличием социального недовольства, распространенного на локальном и общем уровне, с концентрацией информационного потока, актуализирующего проблемы, с вовлечением активных пользователей, задействующих персональные контакты. Социальные сети обеспечивают быстрое и широкое распространение протестных фреймов, синхронизацию протестной повестки и формирование культуры сопротивления. Однако при отсутствии организации социальные сети обеспечивают краткосрочный и неопределенный результат политической мобилизации, так как происходит фрагментация аудитории, размывание повестки и переход протеста в дискурсивное пространство [364].

Резонансные события провоцируют генерацию мотивирующего контента. В свою очередь направленное на адресные аудитории распространение контента образуют информационные потоки, привлекающие сторонников. Модераторы сообществ проводят мобилизацию сторонников, формулируют требования и сопровождают переход протестной активности из онлайн в офлайн. Пролонгирование масштабных протестов достигается посредством вбрасывания новых триггеров. Расширение аудитории, сторонников и участников протестных действий происходит с изменением контекста на основании актуализации дискурсов существующих проблем. Для протестной мобилизации главное значение имеют политические триггеры, а социальные и экономические триггеры играют

вспомогательную роль, способствуя увеличению аудитории массовых акций. Наиболее эффективными приемами вовлечения пользователей в протестные действия является аффективное ценностное воздействие, эмоциональная стереотипизация и дегуманизация оппонентов, формирующие установку на участие в уличных акциях [377].

Резонирующим событием выступает силовое подавление властями протестных действий, которое провоцирует политическую мобилизацию в социальных сетях. Исследователи рассматривают, каким образом так называемые офлайн-репрессии, такие как аресты участников акций протеста и лидеров оппозиционных движений, влияют на активность в социальных медиа, выявляя резкое возрастание твитов после их задержания и сокращение после их освобождения [558]. Причем сообщения об арестах протестующих с реальными изображениями с мест событий распространялись в социальных сетях более широко посредством большего количества ретвитов. Причем наиболее интенсивно распространялись визуальные сообщения, вызывающие страх и надежду [475].

На основе эмпирических исследований исследователи приходят к заключению, что акции протеста, разогнанные силой полицией, вызывают больше обсуждений в социальных сетях, чем прошедшие акции без силовой эскалации со стороны власти. Применение силы властями становится более значимым информационным поводом, чем проведение самой акции протеста. Силовое подавление протеста преобразует акцию в резонансное событие, способствуя распространению обсуждений акции за пределы сообществ политических сторонников. Сообщения в социальных сетях, повествующие о применении властями насилия, формируют представления сообществ о репрессивном режиме, провоцируя широкое распространение эмоциональных суждений этического содержания. Обозначенные эффекты приводят к образованию «коммуникационной петли» обратной связи, когда силовое подавление провоцирует посредством распространения сообщений в социальных сетях эскалацию и радикализацию протестных действий. Прикладное исследование подтверждает, что подавленные полицией уличные акции протеста более широко, дольше и интенсивнее обсуждаются в социальных сетях, способствуя генерации постов, их распространению, вовлечению возмущенных пользователей, плотному взаимодействию и централизации совместных действий. Посты о «подавленной» акции больше подвигают пользователей на «затратную» реакцию. Применение насилия против участников протеста способствует политической мобилизации, вовлекая активных пользователей в интенсивное взаимодействие и улучшая «качество» участия [255].

Обсуждение подавленной акции протеста в сообществах на платформах социальных медиа отличается большей интенсивностью сообщений и востребованностью контента. Силовой разгон полицией протеста приводит к резонансному интересу аудитории социальных медиа даже к малозначительным акциям, запуская механизм комментирования распространяемого контента, вовлекая пользователей в протестную коммуникацию [431]. В отличие от силового разгона акций протеста судебные преследования участников митингов не вызывает комментарийного резонанса в социальных медиа, что приводит к более низкой политической мобилизации, ограниченной замкнутыми сообществами [430]. Значение политической акции становится тем сильнее, чем больше пользователей в ключевых сообществах социальных медиа эмоционально ее освещают, способствуя мобилизации пользователей [448].

Медиатизация локального инцидента в социальных сетях способна стать одним из механизмов мобилизации протеста. При наличии информационного повода с мобилизационным потенциалом достаточно относительно небольшого количества агентов, реализующих релевантные стратегии для медиатизации инцидента. Агенты мобилизации апеллируют как к высшим ценностям самореализации и общественного блага, так и к бытовым потребностям рядовых горожан, что позволяет максимально расширить базу рекрутируемых сторонников [297]. Эмоциональное кружение в определенной мере способствует мобилизации, спланивая участников и усиливая интегративную эффективность действий группы. При превышении оптимальной меры эмоций происходит обратный эффект, когда организованная группа преобразуется в неуправляемую толпу, движимую иррациональными мотивами и подверженную манипуляциям [85].

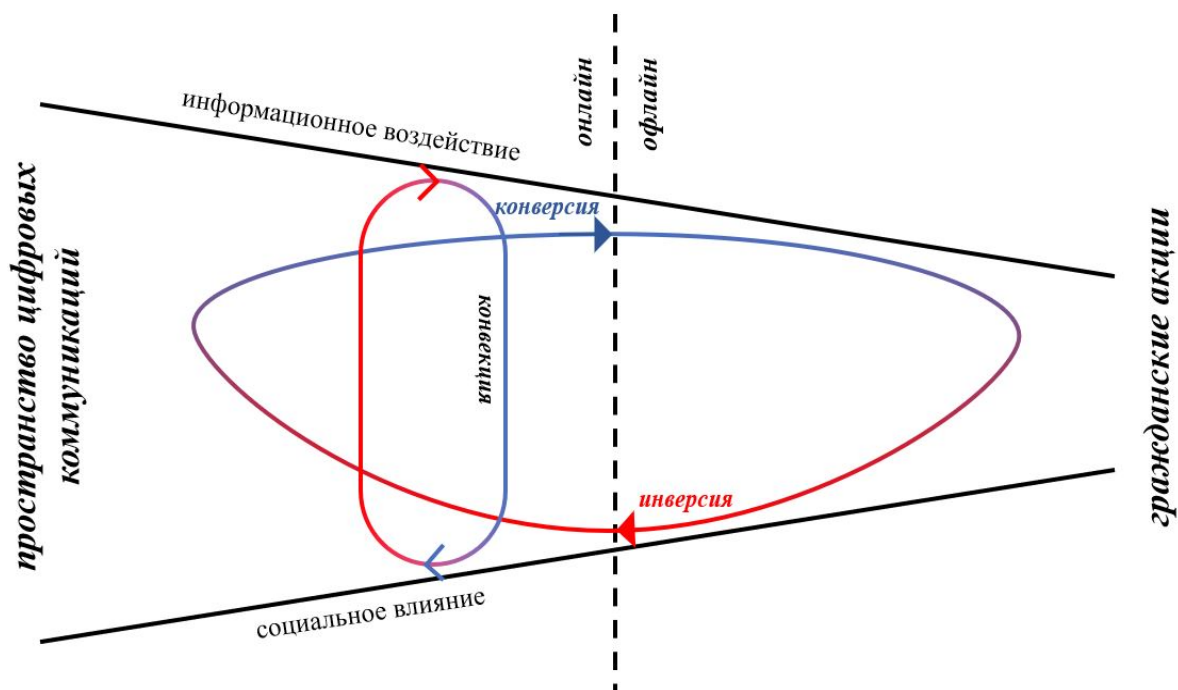
В отличие от конверсии и инверсии понятие *конвекции* пока не вошло в научный оборот политических исследований. Конвекция раскрывает физические процессы движения воздушных и жидких масс, которое подчиняется закономерности – нагретые субстанции расширяются и, теряя плотность, перемещаются вверх, а охлажденные субстанции напротив сжимаются и, приобретая плотность, перемещаются вниз [70]. Данный процесс описывает естественную конвекцию, при определенном воздействии может происходить вынужденная конвекция, которая меняет направления движения конвективных потоков. В данном исследовании по аналогии с процессом физической конвекции рассматривается движение информационных потоков. В социальной среде происходит преломленное индивидуальным сознанием восприятие сообщений СМИ. Люди по-разному реагируют на поступающую информацию, ее интерпретируют, обмениваются мнениями и взаимодействуют между собой.

Сообщения, затрагивающие интересы и эмоции людей, провоцируют «разогрев общества», что проявляется в возрастании социальной активности и расширении смыслов. В социальных сетях процесс «нагрева» проявляется в увеличении частоты интеракций между пользователями, обмена сообщениями и производства контента.

Потоковая модель. Согласно исходной модели исследования политическая онлайн-мобилизация происходит под направленным информационным воздействием и диффузным социальным влиянием. Повышение интенсивности информационного воздействия и/или нарастание силы социального влияния «разогревают» процесс взаимодействия пользователей в онлайн-сети, вызывая формирование информационных потоков и общественных движений. Сопряжение активированных информационных потоков и социальных интеракций повышает температуру общественных настроений и уровень мобилизации пользователей в социальных сетях, вызывая конвекцию.

Общественные настроения имеют как оппозиционную протестную направленность, выражаемую в чувствах несправедливости, недовольства и ненависти, так и провластную лоялистскую направленность, выражаемую в чувствах уважения, доверия и единения в отношении власти. Разогрев социальных сетей до определенного уровня мобилизации приводит к выходу энергии – переходу онлайн-активности в офлайн-действия, то есть конверсии. В случае масштабных либо резонирующих действий офлайн визуальные материалы и эмоциональные сообщения с места событий образуют поток мотивирующего контента, создавая эффект инверсии. Мотивирующий контент в социальных сетях провоцирует вовлечение новых сторонников, расширяя возможности для политической мобилизации.

Таким образом, производится запуск механизма «конверсия-инверсия», который производит возгонку онлайн-мобилизации и приводит к расширению масштабов офлайн-действий. Интенсивные процессы онлайн-конвекции и конверсии-инверсии создают своего рода турбо-эффект, способствующий пролонгации и расширению массовых акций. Провоцируемая онлайн-мобилизация и резонирующая офлайн-акция оказываются взаимообусловленными до момента разрешения политической ситуации, которое зависит от соотношения потенциалов, одержимости акторов и возникающих возможностей. На основании научного дискурса влияния цифровых коммуникаций на политическое участие и определения механизмов политической мобилизации в социальных медиа можно сконструировать модель, включающую конвективный, инверсивный и конвективный потоки. В общем виде потоковая модель представлена на рисунке 41.



Источник: составлено автором.

Рисунок 41 – Потокная модель политической мобилизации в социальных сетях

Далее на конкретных межстрановых кейсах рассматривается реализация потоковой модели для политической мобилизации и осуществления перехода совместной онлайн-активности в офлайн.

Волна протестов «арабская весна», страны Северной Африки и Ближнего Востока, 2010-2011 годы

Ситуация. Общественные волнения в странах Северной Африки и Ближнего Востока, произошедшие в короткий период декабря 2010 года – апреля 2011 года, получили метафорическое название «арабская весна». Название «арабская весна» отражает проекцию западного общества на события в арабском мире. В странах арабского мира события воспринимались скорее, как интифада (восстание) и литавра (революция). По сути, метафора «арабская весна» является фреймом, продвигающим смыслы пробуждения общества и революционного обновления. Есть основания полагать, что фрейм сконструирован в американских интеллектуальных центрах с подачи спецслужб, которые предпочитают своим проектам, проводимым под видом гражданских кампаний, давать кодовые названия для лучшего продвижения в информационном пространстве и манипулирования общественным мнением.

В рассматриваемый период массовые протесты, происходящие по схожему сценарию, охватили, прежде всего, арабские страны в Африке Тунис, Египет,

Ливию, Алжир, Марокко, в передней Азии Иорданию, Сирию, на Аравийском полуострове Бахрейн, Йемен и Оман. Менее массовые акции протеста прошли в Судане, Джибути, Западной Сахаре, Мавритании, Ливане, Саудовской Аравии и Кувейте. Однако только в Тунисе, Египте и Ливии случилась смена политических режимов, а в Ливии и Сирии акции протеста вылились в гражданские войны [336]. Исходя из результативности «революционных событий» следует отметить, что общее название событий «арабская весна» не соответствует действительности. «Революционное обновление» в обозначенных странах привело не к расцвету общественного развития, а значительным социальным и экономическим издержкам в условиях дестабилизации сложившихся политических систем.

Причинами волнений в арабских странах стали бедность жителей, высокая безработица, демографический прирост, молодое население, оппозиционные кланы, усталость общества от несменяемой власти. Триггером цепи событий послужило публичное самосожжение 17 декабря 2010 года в Тунисе на центральной площади перед мэрией г. Сиди-Бузид отчаявшегося от нищеты и униженного представителем власти Мохаммеда Буазизи. В большинстве исследований данный акт был подан как свидетельство коррумпированности и жестокости существующего «прогнившего» авторитарного политического режима престарелого президента Туниса Бена Али. В условиях высокого социального недовольства самосожжение молодого бедняка М. Буазизи, ставшего в общественном сознании «жертвой режима», вызвало народное негодование, которые вылились в протестные выступления по стране. События в Тунисе вызвали эффект домино в странах арабского мира. В период с января по апрель 2011 года общественные волнения с требованиями политических и экономических реформ из Туниса распространились на страны Северной Африки и Ближнего Востока.

В странах «арабской весны» развитие событий происходило по схожему сценарию, но имело различные последствия в силу наличия ресурсов и возможностей у оппозиции для смены власти. На первом провоцирующем этапе происходит мобилизация сторонников, вызванная обычно на фоне выраженного социального недовольства сильным триггером в виде резонирующего события, таким как самосожжение или аресты известных оппозиционеров. Общественное недовольство канализуются в отношении к власти, приводя к дестабилизации политической ситуации. Власть пытается пресечь проявления протеста, разгоняя уличные акции, и блокировать доступ к ресурсам, прежде всего, отключая Интернет вместе с платформами социальных медиа. После жесткого силового подавления акций протеста наступает второй состязательный этап. Политический режим представляется в образе врага, активисты выдвигают четкие цели, негодующие

сторонники из мобилизованного состояния переходят к активным действиям, соответственно масштаб протеста расширяется. Действующая власть стремится обуздать нарастающие протестные действия, применяя репрессивные меры. На третьем решающем этапе политический режим при достижении большого размаха протеста и слабой воли начинает сдавать позиции, идя на уступки или выполнение требований оппозиционным лидерам. В некоторых случаях политические режимы, мобилизуя свои ресурсы и сторонников, оказались устойчивыми к массовым протестным действиям [332].

Масштаб. В Тунисе на пике протестных волнений 14 января 2011 года в массовых акциях по всей стране участвовало около 100 тыс. граждан. В Египте в «день гнева» 25 января в столице Египта Каире на центральную площадь Тахрир вышли около 15 тыс. протестующих с требованиями отставки президента Х. Мубарака и проведения реформ. Полиция попыталась разогнать демонстрацию, применяя слезоточивый газ и силовые действия, но получила отпор. В столкновениях погибли один полицейский и три манифестанта. 30 января на Тахрир вышли более 50 тыс. участников протеста, а на следующий день уже 250 тыс. участников. 1 февраля оппозиция во главе с лидерами религиозно-политического движения «Братья-мусульмане» образовали Народный фронт, который инициировал «Марш миллионов», собравший на центральной площади египетской столицы более 1 млн участников. 4 февраля, объявленного днем проводов президента, оппозиция для демонстрации силы вывела на площадь Тахрир сопоставимые массы граждан. В остальных странах, охваченных «арабской весной», масштаб массовых выступлений был значительно меньше и властям удавалось сдерживать открытые проявления общественного недовольства.

Роль социальных медиа. Исследователи, продвигающие идею «цифрового освобождения народов» от авторитаризма, в дополнение к «арабской весне» использовали брендируемое название «Твиттер-революций», детерминируя происходящие события открывшимися возможностями социальных медиа. Платформы социальных медиа посредством чатов и блогов показывали «картину» освобождения от старой власти, что провоцировало волнения в других странах, подобно информационному заражению. Исследователи отмечают, что политическая мобилизация участников протестов «арабской весны» в значительной степени строилась на распространении в социальных сетях образов жертв «кровавых режимов». В социальных медиа возникали специальные страницы и образовывались инициативные группы активистов, призывающие сторонников отомстить за жестокость власти и свергнуть тиранические режимы, погрязшие в коррупции. В протестном сообществе определялась дата и место выступления на акции

протеста, а также лозунги и символика для совместных действий, которое по мере присоединения сторонников преобразовывалось в общественное движение [444].

«Арабская весна» рассматривается в качестве триггера технологического перехода в мировом общественном развитии. Черода событий, как полагают некоторые исследователи, была обусловлена развитием на восходящей фазе цикла экономического развития информационных технологий, которые обеспечили благодаря мобильной связи, Интернету и социальным медиа большую социальную связность и широкие возможности для социального взаимодействия и общественной самоорганизации. В 2011 году, как полагают некоторые исследователи, через социальные медиа в арабском мире произошло скачкообразное раскрытие накопленного потенциала протестной активности [340]. Цифровые сети, по мнению большинства исследователей, оказали сильное воздействие на активацию протеста.

Один из главных идеологов «цифрового освобождения народов» Ф. Ховард с соавторами полагает, что цифровые медиа стали наиболее важным и необходимым условием хрупкости политических режимов и успеха социальных движений в арабском мире с учетом экономических, политических и культурных факторов, которые не обозначаются и, по сути, отбрасываются [170]. Он утверждает, что социальные сети сыграли центральную роль в формировании политических дебатов «арабской весны». На основе заявленных исследований карт политических сайтов, общественных дискуссий в блогосфере, анализа твитов, эмпирические данные которых обычно не приводятся, исследователи доказывают решающее значение социальных сетей в череде событий «арабской весны». Так социальные сети помогли распространить демократические идеи через международные границы. Сообщества использовали социальные сети, чтобы разобраться в своих общих обидах и узнать о стратегиях друг друга. Всплески революционных обсуждений в Интернете часто предшествовали крупным событиям. Вдохновляющие истории о риске и успехе передавались в цифровом виде между городами и через границы. Группы граждан использовали цифровые медиа для запуска каскада социальных протестов, которые в итоге свергли «четырёх самых закоренелых диктаторов мира» в Тунисе, Египте, Ливии и Йемене. Данные пассажи не вполне соответствуют действительности, так как в Ливии и Йемене спровоцированные массовые выступления переросли в вооруженные столкновения и «гуманитарные интервенции» стран «коллективного Запада» под предлогом защиты демократии.

Ф. Ховард утверждает, что технологии мобильной связи и Интернета создали обширные сети и активировали движения коллективных действий за политические перемены. В каждом отдельном случае провоцирующие инциденты «арабской весны» каким-то образом были опосредованы цифровыми средствами.

Информационная инфраструктура в виде мобильных телефонов, персональных компьютеров и социальных сетей была частью причинно-следственной истории «арабской весны». В целом информационная инфраструктура и социальные сети способствовали организации общественных движений и мобилизации народного протеста. Мобильные телефоны были ключевым посредническим инструментом общения и распространения контента. В городских центрах каждый участник протестов либо имел мобильный телефон, либо входил в группу, в которой было несколько т. н. «гражданских журналистов». Информационные технологии способствовали вдохновению, поэтому революции следовали одна за другой с интервалом в несколько недель и имели заметно схожие закономерности. Цифровые коммуникации сыграли решающую роль, в формировании, провозглашении и активизации скоординированной оппозиции и в итоге падении диктаторов в ряде стран Северной Африки и Ближнего Востока [170].

Исследователи отмечают, что социальные сети стали катализатором протеста против режима президента Бен Али во время «тунисской революции» в конце 2010 – начале 2011 годов. На основании интервью с оппозиционными блогерами и цифровыми активистами, а также онлайн-опроса пользователей Интернета они установили, что социальные сети действовали как важный ресурс мобилизации участников протестных действий. Социальные медиа позволили преодолеть блокировку доступа к СМИ, создать площадку для межгруппового сотрудничества в «цикле протеста» и информировать общественность о масштабе событий. Социальные медиа способствовали участию «потенциальных безбилетников», обеспечивали «эмоциональную мобилизацию» и показывали жестокость режима [473]. События названы киберреволюцией из-за активного использования социальных медиа для координации действий. Основными каналами распространения информации о самосожжении Мохаммеда Буазизи стали слухи. Социальные медиа для абсолютного большинства были недоступны. Протестная мобилизация осуществлялась как традиционными способами, так и ограниченными возможностями мобильной связи.

До 2011 года египетское общество считалось раздробленным, способным лишь создавать ограниченные вызовы, как казалось, «мощному и репрессивному авторитарному государству». Восстание стало шоком, подняв вопросы о том, как слабое общество могло провести мобилизацию, необходимую для подавления внушающего страх аппарата безопасности египетского режима. Исследователи приходят к заключению, что неожиданное восстание стало возможным благодаря случайному набору изменений в конфигурации социальных структур Египта. Катализатором быстрых изменений стал успех «революции» в Тунисе.

Периферийные акторы социальных сетей под влиянием сильных идей смогли неожиданно создать мощные связи между разрозненными сообществами. Непредвиденная посредническая динамика при непредвиденных обстоятельствах в неблагоприятных структурных условиях создала временное объединение социальных сетей, открыв беспрецедентные возможности для массовых коллективных действий [480].

Социальные медиа посредством сетевого взаимодействия способствовали протестной мобилизации населения, повышая организованность акций и улучшая координацию действий. Сотрудник корпорации «Google» В. Гоним, участвующий в протестных действиях в Египте, разработал практическое руководство «маркетинга революций» по преодолению силовых мер государства, формулируя принципы построения демократии с использованием цифровых коммуникаций. Интернет в его представлении выступает движущей силой перемен, открывая возможности для свободного общения и координации действий, образования сообществ сторонников и выдвижения требований, генерации лозунгов и распространения сообщений. Рекомендации В. Гонима опираются на социальную психологию, так в обычном состоянии люди стремятся избежать риска репрессивных мер авторитарного режима, но, объединившись вместе в социальных сетях, они готовы к совместным действиям, преодолевая страх наказания [44].

Ряд исследователей пытались объяснить, почему отключение властями Интернета и мобильной связи не привело к сворачиванию «египетского восстания» в 2011 году. В Египте использование социальных медиа Facebook и Twitter способствовало успешной организации первого массового протеста, названного «мобилизацией первопроходцев», в революционном каскаде массовых выступлений. Цифровые платформы способствовали организации масштабной общенациональной акции протеста 25 января 2011 года, которая подстегнула колеблющихся сторонников к участию в дальнейших протестных действиях. Первая массовая акция дала первоначальный импульс, обеспечивший политическую мобилизацию для последующих 17 дней протестов и завершение в «пятницу гнева» долгого правления президента Х. Мубарака. На основе опроса участников протестов на площади Тахрир в Египте исследователи отмечают, что социальные медиа, в частности Facebook, предоставили новые каналы информации, которые режиму было сложно контролировать. Социальные сети способствовали привлечению сторонников, обеспечили логистику протеста и транслировали возможность достижения успеха. Пользователи узнавали о протестах в основном через общение в социальных сетях, телефонные контакты или личную беседу. Использование социальных сетей значительно увеличило вероятность участия в первой акции

протеста. Половина опрошенных создавала и распространяла видеоматериалы с демонстраций в основном через социальную сеть Facebook, таким образом запуская инверсионный поток информации [583].

Исследователи пытаются выйти из положения, выдвигая спорное объяснение, что, напротив, внезапное и повсеместное прерывание массовой коммуникации может способствовать протестной мобилизации и децентрализованному противостоянию. В динамической пороговой модели политического участия полная подключенность к социальной сети может препятствовать массовым протестным действиям. Приводится довод, что социальные сети сыграли свою главную роль в политической мобилизации, разжигая недовольство и подталкивая к участию беспорядках. Блокировка Интернета и египетских СМИ привела к тому, что политический режим сам утратил каналы информационного воздействия для разубеждения и утращения толпы, только ограничивая расширение протестного движения [513].

На основе цифровых данных социальных сетей и социологических опросов исследователи обозначают три главные функции платформ, обеспечивших успех начальной акции протеста: 1) вербовка сторонников; 2) планирование и координация совместных действий; 3) оперативная логистика участников акции протеста. Вербовка сторонников через социальную сеть Facebook помогла обеспечить большое число участников протеста, планирование действий с помощью этой платформы помогло обеспечить широких размах протеста, оперативное обновление на платформе Twitter облегчило отсутствие лидера, обычно возглавляющего протестное движение. Кроме того, социальные сети Facebook и Twitter обеспечили аффективные и дискурсивные эффекты, создавая мотивирующее «чувство возможностей» и воодушевляющую «атмосферу перемен». Социальные сети действительно имели значение во время египетского восстания, хотя, возможно, и в более ограниченном смысле, чем утверждалось во многих первоначальных исследованиях. Платформы социальных медиа обладают потенциалом для облегчения мобилизации, но не меняют революционную динамику коллективных действий. При блокировании властью платформ социальных медиа и затем Интернета массовые протестные действия не прекратились, так как активисты также при мобилизации использовали проверенную тактику организации восстаний [481].

Однако роль социальных сетей в событиях «арабской весны» небесспорна. М. Линч, называющий эти события арабскими восстаниями, приходит к заключению, что протесты и демонстрации не были вызваны социальными медиа Facebook и Twitter. Социальные медиа лишь помогали недовольным людям собираться вместе и повышали осведомленность. Наряду с телевидением

социальные сети играли вспомогательную роль как средства коммуникации, которые создали более взаимосвязанную «новую арабскую публичную сферу» [190]. При этом следует заметить, что цифровая публичная сфера в абсолютном большинстве стран арабского мира была весьма ограничена, а в некоторых из них отсутствовала (Ливия, Йемен и др.). Во многих из них в 2011 году по сравнению 2010 годом произошли лишь незначительные приращения численности пользователей социальных медиа. Аномальным исключением стал Египет, в котором доля пользователей возросла с 18% в 2010 году до 28% в 2011 году [647].

Понятие «Твиттер-революции» применительно к волнениям в странах Северной Африки и на Ближнем Востоке также по сути является фреймом, продвигаемым западными журналистами-пропагандистами и затем подхваченным исследователями, следующие интересам американских Интернет-корпораций. Показатели проникновения смартфонов и доступности Интернета в абсолютном большинстве рассматриваемых стран находились на низком уровне, а сообщества онлайн-активистов, по сведениям организаторов событий, были «крошечными». Революционные настроения в информационном пространстве транслировали не столько местные активисты, сколько зарубежные репортеры. По мнению Б. Хоуншелла, социальная сеть Twitter стала не создателем политических революций, а авангардом средств массовой информации, генерируя информационный поток в режиме реального времени для «новостных наркоманов» по всему миру. На платформе Твиттер скорее иностранные комментаторы создавали «картину происходящих событий» для внешнего мира, чем повстанцы организовывали взаимодействие для свершения революции. Также платформы Facebook и YouTube стали частью новой новостной экосистемы в качестве первичных источников информации, поступающей от «гражданских журналистов» [663].

Согласно исследованию Д. Фрилона на основании геолокации пользователей, Twitter был «платформой для посторонних». В базе больших данных 6 миллионов твитов о протестах в ряде арабских стран (Алжире, Бахрейне, Египте, Ливии, Марокко, Тунисе и Йемене) подавляющее большинство были размещены на английском языке иностранцами, комментирующими события, а не местными активистами протестных движений. Данные хэштегов выявляют, что в первые дни «арабской весны» Twitter служил в первую очередь платформой для общения иностранных наблюдателей за происходящими событиями. Панарабское общественное обсуждение событий было весьма ограниченным по своей интенсивности комментариев и обмена контентом [662].

Социальные медиа скорее информировали мировую аудиторию о происходящих событиях, став источником новостей для СМИ. Эмпирические данные не подтверждают ключевую роль социальных медиа в организации протестов или возможности местных пользователей массово взаимодействовать и обмениваться информацией. Социальные сети не играли значительной роли ни в коллективных действиях в стране, ни в локализованном распространении контента. Прикладные исследования на основе больших данных не находят подтверждений утверждений о значительном влиянии новых медиа на политические протесты «арабской весны» [635].

Таким образом, следует признать, что социальные медиа не были главным фактором политической мобилизации в ходе «арабской весны». Доступность социальных медиа в странах арабского мира была весьма ограниченной. Результативными массовые акции протеста оказались только в отдельных странах. В научном дискурсе доминирует идеологический нарратив «цифрового освобождения» от тирании, поддерживаемый медийными корпорациями, а иные заключения, подтверждаемые эмпирическими данными, оказались маргинальными. В доктринальных исследованиях упускается роль традиционных социальных сетей, включая радикальные исламистские организации, иностранное неявное влияние и неприкрытое вмешательство, возможности непосредственного взаимодействия и объединения граждан между собой. Признание ключевого значения социальных медиа в политической мобилизации и координации протестных действий означает, что их отключение должно было парализовать движение либо привести к непреодолимым препятствиям в организации и проведении массовых акций. Однако протестного сбоя не произошло, что указывает на вспомогательную роль платформ социальных медиа, работающих больше на внешнюю аудиторию. В существующих условиях при весьма ограниченном доступе к социальным медиа масштабная политическая мобилизация в цифровой среде и последующая эффективная конверсия совместных действий вряд ли возможны. Больше оснований есть для утверждения, что социальные медиа при ограниченном охвате более эффективно распространяли эмоциональный контент с актами самосожжения, массовых выступлений и расправами властей, провоцируя масштабную мобилизацию посредством инверсии.

Движение возмущенных, Испания, 2011 год

Ситуация. Движение возмущенных (Indignados Movement) возникло в Испании в 2011 году на волне выступлений против государственной политики жесткой экономии, коррупции во власти и недостатков политической системы.

Массовые акции движения «Индигнадос» привлекли международное внимание, а их требования получили общественную поддержку. Многие пользователи Интернета были возмущены ужесточением авторского права, позволяющего закрывать сайты и страницы в социальных медиа при обнаружении охраняемого контента. Поводом для манифестаций в Испании послужили выборы в местные и региональные органы власти. Причинами общественного недовольства стали проявления мирового финансового кризиса 2008 года, вызвавшего рост безработицы, сокращение социальных выплат и падение жизненного уровня граждан. В 2009 году Испания испытала значительный экономический спад, а в 2010–2011 годах происходил лишь минимальный восстановительный рост. Правительство пошло на радикальные меры, сократив социальные расходы, увеличив пенсионный возраст и пересмотрев отношения найма на рынке труда. В 2010 году уровень безработицы среди молодежи в Испании был 43% и оказался самым высоким среди стран ЕС. Виновниками кризиса были объявлены алчные банкиры и коррумпированные чиновники, которые обслуживают интересы политической системы капитализма. Антикризисной экономической политики воспротивились профсоюзы, которые призвали к массовым забастовкам. К профсоюзам присоединились анархо-синдикалисты и национальные движения в автономиях. Массовые выступления были приурочены к выборам в региональные и местные представительные органы власти, чтобы повлиять на их результаты. Протестующие требовали от государства обеспечить социальные права граждан, прежде всего, на жилище, работу, медицину и образование.

Масштаб. Исследователи обозначают, что в череде из девяти демонстраций протеста в 2011 году приняли участие около 15 млн граждан. Видимо, численность участников символически была подогнана к дате инициированной манифестации 15 мая, которая прошла в 59 городах страны, собрав десятки тысяч людей на улицы. Отсюда в исследованиях «Движение возмущенных» обозначается в кратком брендовом виде 15-М. По данным организаторов, в этот день в протестной акции на улицы Мадрида вышли более 50 тыс. чел., а по официальным данным национальной полиции около 20 тыс. чел. Помимо столицы крупные манифестации прошли в Барселоне около 15 тыс. участников, в Гранаде 5 тыс. участников. По оценкам 15 мая в акциях протеста, по всей Испании приняли участия около 130 тыс. человек [155]. Массовые манифестации сопровождались столкновениями с полицией и беспорядками на улицах, которые повлекли аресты активистов и вытеснение протестующих с площадей. После марша сотни участников акции разбили лагерь на городских площадях до даты местных и региональных выборов 22 мая. Уже 17 мая полиция разогнала палаточный лагерь на центральной площади Мадрида Пуэрта-

дель-Соль, что вызвало резонанс в сообществах сторонников в социальных медиа, за которым последовала новая менее масштабная серия манифестаций с требованиями освободить задержанных активистов. После выборов «движение возмущенных» оставалось активным, но протесты постепенно теряли силу, а его заметность в СМИ уменьшилась. Осенью акции протеста движения приобрели глобальный характер. Так 15 октября манифестации под лозунгом «Объединяемся ради глобальных перемен» прошли в более 82 странах, охватив 951 городов мира. По данным организаторов, наиболее массовыми стали выступления в испанских городах: Мадриде около 500 тыс., в Барселоне около 400 тыс. участников [509].

Роль социальных медиа. В Испании в 2011 году доля пользователей социальных медиа была на относительно высоком уровне охвата (42%), что открывало возможности для взаимодействия активной части населения [647]. В начале 2011 года пользователи социальных медиа для взаимодействия недовольных создали сообщество ¡Democracia Real YA! на платформах Twitter и Facebook, призывая безработную и обездоленную молодежь выйти 15 мая на улицы городов. Разнообразные сообщества, которые были объединены под платформой DRY, преодолели проблемы низкой известности в СМИ и слабой поддержки мощных мобилизационных агентов, таких как партии и профсоюзы. На страницу Facebook DemocraciaRealYa в день проведения акции 15 мая были подписаны более 400 тыс. человек [418].

В ряде научных исследований доказывается цифровая детерминация политической мобилизации сторонников «Движения возмущенных» использованием социальных медиа. Социальные сети помогали участникам протеста 15-М координировать свои действия, обеспечивая децентрализованно распространение информации между людьми. Модель мобилизации 15-М показала современные возможности координации массовых персонализированных действий. В отличие от традиционных общественных движений в новом движении отсутствовали явные лидеры, организационный центр и иерархическая структура. По мере расширения онлайн-сетей политические организации теряют членство и поддержку. Политическая мобилизация посредством виртуальных сетей позволила в кратчайшие сроки с минимальными затратами объединить социальные группы недовольных граждан для борьбы в общественных интересах [433].

Движение рассматривается как парадигмальный пример мобилизации новых сторонников и укрепления активистов посредством цифровых коммуникаций. Политическая мобилизация протестных настроений, произошедшая в Испании в мае 2011 года, объясняется механизмами рекрутинга участников в социальных медиа. Использование социальных медиа способствовало самоорганизации совместных

действий и достижению критической массы участников, которое зависит от способности активировать достаточно большое количество сторонников с низким порогом участия, плотно связанных со структурой социальной сети. Склонность пользователей присоединяться определяет глобальный охват информационных каскадов и масштаб массовых акций. Воздействие нескольких источников информации, подкрепляющих общественное мнение, более важно для рекрутинга в социальных сетях, чем многократное воздействие одного источника [509]. Так большинство опрошенных участников акций протеста декларировали, что сообщества социальных медиа сподвигли к совместным действиям [474].

На основании опроса участников 9 демонстраций, проходивших в Испании в 2010–2011 годах, в числе которых демонстрация 15-М, исследователи пришли к следующим заключениям. Во-первых, в числе демонстрантов на улицах городов преобладали более молодые и образованные участники, которые ранее не проявляли политической активности, не представляли политические и общественные организации. Во-вторых, координация массовых демонстраций существенно отличалась от организации обычных акций. Большой размах уличных демонстраций был обеспечен без политических партий и профсоюзных организаций, без продвижения в СМИ и без провоцирующего события. Успех процесса мобилизации стал возможен благодаря интенсивному использованию цифровых коммуникаций, прежде всего, социальных медиа, позволяющим многим совершать персонализированные действия. В-третьих, как следствие, на улицу вышли сторонники, которые ранее не имели опыта политического участия и организационной активности [455].

Таким образом, участников манифестаций мобилизовывали не традиционные политические и общественные организации, а сетевые структуры молодых активистов без формальной организационной принадлежности. Акции протеста рассматриваются как случаи сетевой самоорганизации для совместных действий. Политическая мобилизация через платформы социальные медиа позволила направить общественное недовольство через множество сетевых сообществ. Возмущение было эффективно мобилизовано через контакты в сообществах социальных медиа, функциональные возможности которых позволяли установить связь с политически неактивными гражданами. Также массовая мобилизация в социальных сетях стала возможна из-за принятия и распространения фреймов «настоящей демократии», которая проявляется в выражении протеста против государственной политики.

Судя по количеству участников и по данным социологических опросов, следует признать, что социальные медиа стали площадками для подготовки

массовых выступлений «Движения возмущенных». Интенсивная конвекция общественного недовольства в цифровой среде способствовала расширению политической мобилизации за счет обычно общественно пассивной молодежной аудитории. Координация действий сформированных сообществ в социальных медиа обусловила эффективную конверсию, что вылилось в массовые акции протеста. Значительный размах акции протеста способствовал запуску инверсионной мобилизации, но отсутствие сильных резонирующих событий не позволили маховику протеста раскрутиться, обеспечивая длительные массовые выступления. Следующий всплеск более массовых выступлений, встроенных в мировой контекст, также был обеспечен плановой мобилизацией в социальных медиа, показав возможность достижения высокой конверсии в организации масштабных действий на улицах городов.

Движение «Захвати Уолл-стрит», США, 2011-2012 годы

Ситуация. Лево-популистское движение «Захвати Уолл-стрит» (Occupy Wall Street, OWS) возникло в США как реакция на последствия глобального экономического кризиса 2008 года. Экономика США в 2010–2011 годы переживала небольшой восстановительный рост при низкой инфляции после значительного спада в 2009 году. В представлении инициаторов акций протеста кризис разразился из-за преступлений финансовой элиты, приведших к банкротству крупных банков. Застрельщиками протестных действий выступили редакторы канадского журнала *Adbusters*, клеймящего общество потребления. Они призвали на сайте журнала и разосланных по электронной почте сообщениях провести «Марш миллиона», чтобы в центре города устроить «свой Тахрир». Идеологи движения обвинили транснациональные корпорации в узурпации демократии и в стремлении к обогащению, что приводит к разительному увеличению неравенства в обществе. Граждане протестовали под главным лозунгом «Мы – 99%» против несправедливых, неравноправных и коррумпированных институтов, «отмеченных высокомерием власти». Протестующие требовали от власти увеличения рабочих мест, справедливого распределения доходов, реформы банковской сферы и ограничить политическое влияние корпораций. В числе активных сторонников акции выступило Интернет-сообщество «Анонимус». Дополнительный импульс акциям протеста придали информационные сообщения о приведении к исполнению 21 сентября 2011 года по истечении длительного времени приговора к смертной казни афроамериканца Троя Дэвиса, обвиненного в убийстве белого полицейского.

Масштаб. Массовые акции начались 17 сентября 2011 года в Нью-Йорке с установки палаточного лагеря в парке Зукотти, прилегающем к банковской улице

Уолл-стрит. Протестующие предприняли активные действия 5 октября, когда по сильно разнящимся оценкам 5-15 тыс. участников «маршем солидарности» прошли от площади Фоли до парка Зукотти, попытавшись штурмовать полицейские заграждения, блокирующие путь на улицу Уолл-стрит. 15 октября около 7 тыс. участников прошли маршем по Таймс-сквер. 17 ноября более 30 тыс. демонстрантов собрались на прилегающих к Уолл-стрит паркам и площадям, выражая солидарность с арестованными и разогнанными накануне под предлогом уборки участников лагеря. После разгона лагеря в парке Зукотти активисты движения перформативировали массовые акции на локальные действия, занимая штаб-квартиры банков, компаний и университетов. Первомайский марш 2012 года по Уолл-Стрит собрал по разным оценкам 1-5 тыс. участников. В годовщину начала акций движения 17 сентября 2012 года участники вновь попытались разбить лагерь в парке Зукотти, а также заблокировали доступ к Фондовой бирже на прилегающих улицах. Действия протестующих были пресечены полицией, которая произвела силовые меры и аресты активных участников. Движение «Захвати Уолл-стрит» в течение одного года провело более тысячи акций протеста, прежде всего, в финансовом районе Нью-Йорка. За год полиция Нью-Йорке произвела более 1800 арестов активных участников движения. Локальные менее массовые демонстрации движения «Захвати Уолл-стрит» проходили и в других городах США. За год существования движение не приобрело популярность и окончательно растеряло потенциал массовых действий.

Роль социальных сетей. В США в 2011 году доля пользователей социальных медиа среди населения была одной из самых больших в странах мира, составив половину (50%) населения [647]. В исследованиях общественных движений преобладает мнение, что широкое использование социальных сетей в политической мобилизации стало отличительной чертой акций протеста в США под маркой «Оккупируй Уолл-стрит». Социальные сети были признаны инструментами, которые подогревают интерес граждан к политическим проблемам, позволяя в беспрецедентных масштабах обмениваться информацией. Активисты используют социальные медиа во время беспорядков для эффективной организации и координации политических действий, создавая протестные группы, привлекая сторонников и распространяя информацию. Возможности совместных действий расширяются, так как организационные формы строятся на горизонтальных отношениях и распространение информации производится по очень низкой стоимости с большей скоростью. Возможности социальных медиа начинали реализовываться по мере того, как люди, развертывающие децентрализованные

сети, создавали «калейдоскопический коллаж социальных миров на огромном множестве миллионов публичных экранов» [486].

Исследование протестного движения «Захвати Уолл-стрит» на основании анализа сотни тысяч твитов и постов в Facebook, отправленных во время мобилизации сторонников, выявило, что активисты были преимущественно молодыми, высокообразованными мужчинами, большинство из которых проводят в сети ежедневно более двух часов. Больше пользователей участвовало в движении как в офлайн-, так и онлайн-форматах, чем тех, кто участвовал в движении только офлайн или онлайн. Согласно выводам исследования, существует положительная связь между онлайн-взаимодействием с движением в социальных сетях и офлайн-участием. Пользователи, писавшие в Твиттере или Facebook о движении, с большей вероятностью участвовали в офлайн-мероприятиях движения, чем пользователи, пишущие посты на актуальные политические темы [454].

Однако результаты предметных исследований политической мобилизации показывают, что значение социальных сетей в движении было не столь существенным. Так в социальной сети Twitter обнаружилось малое количество сообщений с призывами к участию в акциях протеста, учитывая их размещение под хэштегами событий. Число сообщений с инструкциями по организации и координации акций протеста было поразительно низким независимо от типа пользователей. Социальная сеть Twitter использовалась больше для политических споров, чем для организации акций и призывов к участию в протестных действиях. Многие исследователи представляли эти движения как пример свободной организации без иерархических структур и лидеров, хотя со временем они проявились. К протестным действиям призывали не вдохновленные граждане и мотивированные пользователи, а скорее организаторы протестного движения. Социальные сети расширили призыв к участию общественности, исходящий от нескольких заряженных активистов и коалиции заинтересованных организаций. Исследователи не нашли убедительных доказательств, что социальные сети позволили многим децентрализованным и лишенным лидера сообществам координировать совместные действия. В целом результаты исследований не выявили значимых эффектов причинного влияния социальных сетей на политическую мобилизацию в случае с движением «Захвати Уолл-стрит» [580].

Результаты исследований больших данных свидетельствуют о том, что в социальной сети Twitter движение «Захвати Уолл-стрит», как правило, привлекало к участию сообщества тесно связанных пользователей с явными интересами к политике. Пользователи были активными в первые после зарождения движения насыщенные драматизмом месяцы, но затем потеряли интерес к обсуждению

совместных действий акций в социальных сетях, что создавало отрицательный долгосрочный эффект участия. Исследования находят мало оснований того, что движение воспользовалось кардинальными изменениями сетей обмена информацией между пользователями. Так выявилось значительное увеличение доли внутригрупповых ретвитов во время пиков уличной активности движения, что указывает на инверсию контента с места событий [483].

Таким образом, данный кейс указывает, что высокая доступность социальных медиа не обуславливает массовую вовлеченность в протестные действия. Инициаторами движения выступают журналисты, продвигающие фреймы и нарративы определенной идеологической направленности. В организации движения задействуются маргинальные сообщества, ориентированные на политическую деятельность. Социальные медиа при низкой конвекции общественного недовольства оказались слабым ресурсом для рекрутирования и мобилизации сторонников, что не позволило организовать масштабные совместные действия. Низкий потенциал сетевой мобилизации сказался на слабой конверсии протестных действий. Уличный перформанс также не вызвал сильную инверсию политической мобилизации в социальных сетях. Кейс отчасти ставит под сомнение постулаты цифрового детерминизма социальных медиа.

Движение «За честные выборы», Россия, 2011–2012 годы

Ситуация. В 2011 году в России наблюдался относительно высокий экономический рост и рекордно низкая инфляция, что позитивно сказывалось на росте благосостояния граждан. Причины нарастания социального недовольства были обусловлены, прежде всего, политическими факторами перестановок в кругу элиты и информационной кампанией по дискредитации власти. События развивались в контексте федерального избирательного цикла – выборов депутатов Государственной Думы РФ на 4 декабря 2011 года и Президента РФ 4 марта 2012 года. Избирательные кампании сопровождались информационной кампанией оппозиции по дискредитации действующей власти, обвиняемой в коррупции и непопулярных решениях. Объектом обличения стала правящая политическая партия «Единая Россия», стигматизированная фреймом «партия жуликов и воров». Оппозиция распространяла нарратив о нечестных выборах, что проявлялось в нарушениях процедуры и применении административного ресурса. Поводом для массовых акций протеста стали обвинения власти в фальсификациях результатов голосования. Для власти массовые выступления «рассерженных горожан» стали неожиданностью. В начале 2012 года повестка протеста сместилась с фальсификаций выборов на выражение недовольства новым выдвижением

Владимира Путина на выборах Президента России. Американский исследовательский центр Гарвардского университета, аффилированный с ЦРУ, данные события обозначает как гражданскую кампанию «Снежная революция», что также является наглядным примером попытки фреймирования событий при проведении специальных информационных операций.

Масштаб. Черда массовых протестов прокатилась по России с декабря 2011 года по декабрь 2013 года. Улицы крупных городов и Интернет стали пространством политического противостояния лояльных и недовольных граждан. Пробный митинг гражданской кампании «За честные выборы», собравший 5-8 тыс. человек, прошел 5 декабря 2011 года в Москве в районе Чистых Прудов. На митинге произошли столкновения с полицией и задержания нескольких лидеров оппозиции. Хотя количество протестующих было не особенно большим, этот митинг создал прецедент для будущих, более массовых акций. Самый масштабный митинг протеста прошел 10 декабря 2011 года в Москве на Болотной площади, собравший по разным оценкам 85-150 тыс. участников. В тот же день акции протеста с численностью от 1 до 6 тыс. участников прошли в ряде крупных городов.

Последующие волны протестов были менее популярными и охватывали меньшее количество городов. 4 февраля 2012 года в Москве на Болотной площади прошел второй крупный митинг против фальсификации выборов, собравший по официальным данным 36 тыс., по данным организаторов 120 тыс. участников. В этот же день локальные акции протеста прошли также в ряде городов. 25 февраля в Санкт-Петербурге прошел крупный митинг, на который по данным организаторов собралось около 25 тыс. участников. 5 марта в Москве митинг на Пушкинской площади, собравший по разным оценкам 15-25 тыс. участников, был разогнан силами правоохранительных органов. 10 марта в Москве на волне возмущения на Лубянской площади была собрана сопоставимая по масштабу акция движения «Другая Россия», на котором подготовленные протестующие спровоцировали столкновения с полицией. По данным ВЦИОМ, известность митингов «За честные выборы» достигла максимальных значений в декабре 2011 года (54%), несколько снизилась в феврале 2012 года (48%), значительно спала в марте 2012 года (30%). При этом значительно прирастала известность митингов в поддержку В.В. Путина (20%, 38%, 60% соответственно) [598].

Переломный момент движения произошел за несколько дней до инаугурации В.В. Путина на должность Президента России. На новой волне эскалации 6 мая в Москве в знак протеста против возвращения В.В. Путина на прежний пост был организован «Марш миллионов», в котором по разным данным участвовали от 30 до 60 тыс. человек. В ходе массовой акции протеста произошли столкновения

протестующих радикалов с силовыми подразделениями, приведшие к массовым задержаниям. В течение нескольких дней более 30 активистам были предъявлены обвинения в подстрекательстве к массовым беспорядкам и применении насилия в отношении полиции. Судебный процесс над экстремистами, наряду с отсутствием каких-либо ощутимых достижений, ознаменовал упадок протестного движения в России в 2011-2012 годах [496].

Роль социальных сетей. В России в 2011 году в сопоставлении с предшествующим годом доля пользователей социальных медиа аномально увеличилась с 33% до 43%, что для сравнения было несколько ниже, чем в США (50%), на одном уровне с Британией (43%) и Испанией (42%), существенно выше, чем в Германии (35%), Франции (35%) и Китае (32%) [647]. Исследователи находят взаимосвязь между значительным расширением числа пользователей доминирующей в России социальной сети «ВКонтакте» и ростом протестной активности в 2011 году. По их подсчету, увеличение охвата социальной сетью аудитории на 10% повышало вероятность протеста на 4,6% и потенциальное количество протестующих на 19%. Социальные сети стимулировали протестную активность не столько из-за распространения информации с критикой власти, сколько из-за снижения затрат на координацию. При этом расширение аудитории сети «ВКонтакте» способствовало не только распространению протестных настроений, но и росту поддержки власти, усиливая политическую поляризацию в обществе [496].

В преддверии выборов в феврале 2011 года прежде всего на платформах социальных медиа началась организованная командой оппозиционера А. Навального информационная кампания обличения партии «Единой России», стигматизированной как «партия жуликов и воров». Для продвижения политической кампании «За честные выборы» были задействованы, прежде всего, платформы социальных медиа ВКонтакте и Facebook. На этих платформах были созданы профильные страницы акций протеста, вокруг которых формировались сообщества сторонников численностью от 11 до 65 тыс. пользователей. Кроме того, социальная сеть Twitter позволяла с помощью хэштегов #митинг, #сахарова, #чистыепруды, каталогизировать и упорядочить поток информации. Сервисы социальных медиа позволяли посредством смартфонов вести видеотрансляцию онлайн в реальном времени с места проведения митинга.

В течение дня голосования 4 декабря количество сообщений о фальсификациях на выборах в пользу партии «Единая Россия» быстро нарастало. Социальные медиа наводнили многочисленные фотографии, видеозаписи, как бы свидетельствовавшие о массовых нарушениях на думских выборах. Видеоролики

вброса бюллетеней и голосования по технологии «карусели» начали распространяться в социальных сетях. Получили широкое распространение в социальных медиа сведения о существенных различиях между данными как бы независимых социологических экзит-поллов и официальным подсчетом результатов голосования. Представители несистемной оппозиции и связанные с ней некоммерческие организации, имитирующие гражданский контроль за голосованием, распространяли экспертные мнения о выявлении массовых фальсификаций. Как отмечают отдельные исследователи, в социальных медиа сработал эффект наложения, когда у множества «добропорядочных граждан» возникло представление о масштабных фальсификациях и возмущение всеобщим обманом [384].

Массированный поток дискредитирующей результаты выборов информации в социальных медиа стал катализатором роста публичной активности «рассерженных горожан». Опрос участников акций протеста показал, что для большинства побудительным мотивом был контент в Интернете, свидетельствующий о массовых фальсификациях в ходе голосования и подсчете голосов избирателей [287]. Множественные «свидетельства» о фальсификации результатов выборов в сочетании с отсутствием реакции со стороны власти вызвали массовое возмущение, что побудило активных граждан выйти на улицы городов. В ходе массовых протестов после выборов в Государственную Думу России социальные медиа позволяли оперативно координировать действия, создавать чувство сопричастности и эффект присутствия, размещая сообщения, фотографии и видеоролики [355].

Между тем социальные медиа не были единственным источником информации о митингах, оппозиционные сюжеты продвигали информационные сайты, телеканалы, радиостанции и газеты. Массовая мобилизация десятков тысяч участников на улицах столицы притянула фокус информационного внимания [263]. Результаты исследований ведущих российских социологических центров, проводивших опрос участников на месте проведения митинга «За честные выборы» 4 февраля 2012 года на Болотной площади, показывают, что социальные медиа не были главным источником информации. По данным ВЦИОМ, наибольшая часть (39%) участников митинга узнали об акции из новостных страниц Интернета, только менее значительная часть (12%) из социальных медиа ВКонтакте и Facebook, небольшая часть (4%) из блогов прежде всего Живого журнала. По данным опроса Левада-Центра участников, около трети (32%) узнали об акции из информационных сайтов Интернета, значительно меньше (18%) из распространяемых в социальных медиа сообщений.

Примечание – Здесь и далее Автономная некоммерческая организация «Аналитический Центр Юрия Левады» признана иностранным агентом на территории Российской Федерации.

Таким образом, в случае с движением «За честные выборы» конверсия и инверсия политической мобилизации в социальных медиа оказались не выраженными. Цифровые коммуникации как альтернативные каналы поступления информации сыграли ключевую роль в протестной мобилизации посредством формирования общественных представлений и повестки дня, проводя кампанию дискредитации «партии власти». Тогда как в отдельности социальные медиа оказывали ограниченное влияние на политическую мобилизацию протеста, так как еще не стали приоритетным источником информации, пользующимся доверием. Социальные медиа оказались неспособными поддерживать высокий уровень политической мобилизации сторонников посредством координации взаимодействия, формирования повестки дня и трансляции контента на целевые аудитории [428]. По мере спада стихийной мобилизации количество участников политических акций стало снижаться.

Протестная активность граждан и оппозиционных политических сил в рассмотренный период не привела к изменению социального порядка и вынудила власть усилить контроль над обществом в цифровом пространстве. Активные пользователи Интернета отказались от дальнейших попыток добиться перемен. У протестующих сохранилась потребность продемонстрировать свое недовольство действиями власти, но при этом отсутствовали предложения способов решений многочисленных российских проблем. Политические протесты активных российских граждан в силу их индивидуализма и особенностей рациональности были мотивированы скорее частными, чем общественными интересами. По завершении акций социальное поведение участников возвращалось к привычной норме, определяемой личными, семейными или корпоративными интересами. Приверженность общественному благу и реализации общественных интересов, как и обеспечению справедливости социального порядка, осталась для участников во многом декларативным мнением [392].

Движение «Евромайдан», Украина, 2013–2014 годы

Ситуация. Мировой экономический кризис пошатнул растущее благосостояние населения Украины. В 2009 году экономика Украины испытала сильный спад, за которым последовали два года значительного восстановительного роста. Однако в 2012 году экономика вступила в полосу стагнации, негативно сказываясь на уровне жизни населения. В этой ситуации власти вынашивали проект ускоренной евроинтеграции, ставшей в общественном сознании «национальной идеей». Поводом для протестных действий стала приостановка президентом

Виктором Януковичем процесса подписания соглашения об ассоциации ЕС, что вызвало бурное негодование в обществе из-за затмения «европейской мечты». На волне неоправдавшихся общественных ожиданий прозападная оппозиция инициировала акцию протеста на центральной площади Независимости в столице Украины г. Киеве. В начале политической кампании протестующие выражали недовольство отходом от «европейского выбора», затем неприятие вопиющей коррупцией и грубыми нарушениями прав человека, в завершении ненависть к «кровавому режиму».

После силового разгона спецподразделением «Беркут» палаточного лагеря ночью 30 ноября акция протеста приобрела выраженную антипрезидентскую направленность, спровоцировав массовую протестную мобилизацию. Оппозиционные партии сформировали объединений штаб сопротивления, а радикальные националисты — экстремистские группировки вооруженных боевиков. В декабре произошли столкновения между подразделениями милиции и организованными протестующими, захватывающими административные здания и штурмующими администрацию президента. В январе протесты в столице перешли в силовое противостояние, которое приводило к жертвам среди участников. Оппозиция обвинила президента в установлении диктатуры и стала создавать параллельные органы власти.

Под давлением массовых выступлений президент В. Янукович пошел в феврале 2014 года на подписание соглашения с оппозицией под международные гарантии Франции и Германии, обязуясь сформировать правительство национального единства и не применять силовые действия для наведения порядка. Однако оппозиция вопреки достигнутому соглашению пошла на силовой захват власти, инсценировав повлекшие жертвы вооруженные столкновения. Власть в лице бежавшего из страны президента В. Януковича была обвинена в гибели 100 участников протестов, ставшими сакральными жертвами «кровавого режима» и символически названные «Небесной сотней». Спустя время пришедшая к власти прозападная группировка украинской элиты легитимизировала переворот, дав сопутствующим событиям символическое название «Революции достоинства».

Масштаб. События, приведшие к государственному перевороту на Украине, происходили в течение трех месяцев с 21 ноября 2013 года по 22 февраля 2014 года. Масштаб массовых акций протеста расширялся по мере нарастания политической напряженности. 24 ноября в митинге под лозунгом «Украина — это Европа» на площади Независимости собралось по официальным данным 50 тыс. участников, по данным оппозиции до 200 тыс., но в реальности не превышала 100 тыс. участников. Организованные участники протеста предприняли попытку захвата

правительственных зданий, спровоцировав полицию на разгон акций слезоточивым газом и дымовыми гранатами. В ответ оппозиция на Европейской площади столицы стала возводить палаточный городок, укрепленный баррикадами. 28 ноября на площади Независимости, которая для удержания протестующих стала превращаться в концертную площадку, собралось около 4 тыс. человек, призванных оказывать давление на власть перед саммитом восточного партнерства. 29 ноября после отказа президента Украины подписывать соглашение об ассоциации с ЕС в Киеве число участников протеста возросло до 10 тыс., а во Львове собралось около 20 тыс. человек. В начале декабря оппозиция перешла к захвату административных зданий, включая мэрию Киева и Дома профсоюзов, в котором расположились «Штаб национального сопротивления» и различные службы Евромайдана. 8 декабря оппозиция в Киеве организовала «Марш миллиона», в котором по разным оценкам приняли участие более 100 тыс. чел., западные СМИ, преувеличивая масштаб протеста, обозначали 500 тыс. чел. Площадь независимости в Киеве была превращена в огромный лагерь протеста, приспособленный к проживанию нескольких тысяч протестующих в зимних условиях. 11 декабря спецназ полиции и подразделения внутренних войск попытались ночью разогнать Евромайдан, но не смогли сломить организованное сопротивление 25 тыс. подготовленных боевиков. В середине декабря власть и оппозиция в противостоянии стали различными способами мобилизовать своих сторонников. 15 декабря стороны продемонстрировали уровень «народной поддержки», собрав в Киеве одновременно Майдан и Антимайдан.

Организаторы Евромайдана, собрав на площади Независимости около 200 тыс. участников, выступили с требованиями изменения политического курса на союз с западными странами, отставки правительства и привлечения к ответственности руководителей, отдававших приказы на силовое подавление протестов. Площадь Независимости была превращена в вооруженный палаточный лагерь, в котором разместилось около 50 тыс. человек. 22 декабря оппозиционные партии, собрав на Майдане 100 тыс. человек, объявили о создании национального объединения «Майдан». В праздновании Нового года на Евромайдане приняло участие до 200 тыс. человек, в факельном шествии 1 января в честь украинского националиста, пособника немецких нацистов С. Бандеры около 15 тыс. человек. 19 января на устроенное на Майдане Народное Вече для выражения протеста против «диктаторских законов», требований досрочных выборов президента и поддержки конституции парламентской республики пришли, по разным оценкам, от 100 тыс. до 200 тыс. участников. В палаточном лагере на Евромайдане и прилегающих зданиях разместились на довольствии около 50 тыс. участников протеста, которые свозились

из различных регионов Украины. Попытки оппозиции заблокировать здание Верховной Рады, чтобы принудить к отмене принятых законов против участников несанкционированных протестов, переросли в вооруженные столкновения на прилегающих улицах с силами правопорядка, которые сопровождались поджогами [630]. 18 февраля 2014 года около 20 тыс. организованных сторонников осадили Верховную Раду, требуя отставки президента и возвращения к парламентской республике.

Роль социальных медиа. Аудитория Интернета на Украине среди населения старше 15 лет составляла в 2013 году 41%, в 2014 году выросла до 46%. В 2013 году самым посещаемым сайтом на Украине была социальная сеть ВКонтакте, средняя дневная аудитория которой превышала 10 млн пользователей (по данным LiveInternet). В конце 2013 года аудитория самой популярной на Украине социальной сети Facebook превысило 3 млн пользователей. В целом уровень охвата населения социальными медиа в этом году составлял около 30%, что в тот период соответствовало среднемировым показателям. В целом, для сравнения, в начале 2020 года уровень охвата социальных медиа на Украине составлял 43% от взрослого населения [640]. Львиная доля аудитории социальных медиа составляли жители крупных городов. В научных исследованиях прослеживаются разночтения в отношении значения социальных медиа как средства политической мобилизации и конверсии протестных действий в событиях государственного переворота на Украине. Одни исследователи отмечают ключевое значение социальных медиа в организации массового протеста, другие отводят им вспомогательные функции в освещении и координации действий. Первая группа исследователей в своих выводах опирается на современные киберметрические методы анализа данных, а вторая группа на традиционные социологические методы.

Исследователи первой группы характеризуют социальные медиа как ресурс мобилизации и сила влияния на протестные установки пользователей. Интенсивное распространение сообщений о Евромайдане, воздействуя на общественные установки в социальных сетях, существенно повышало протестную активность украинских пользователей. Анализ маркеров интенсивности и содержания дискурса протеста в социальных медиа, отражающих ситуацию «Евромайдана» на Украине на первом этапе инициирования конфликта (18–30 ноября 2013 года), выявил использование технологий негативной мобилизации в социальных сетях для организации протестных действий. На основании анализа цифровых следов в социальных медиа исследователи выявили нарастание информационного потока сообщений, продвигающих позицию активного нигилизма, целенаправленно провоцирующих социальное недовольство и формирующих образа врага, часто

прибегая к иррациональным доводам. Интенсивное информационное воздействие нарастающего потока сообщений в определенный момент меняет качество, преобразуя конвенциональный протест в неконвенциональные действия. Посредством дискурс-анализа сообщений социальных медиа были выявлены следующие основные технологические приемы протестной мобилизации: указание причин общественного недовольства, определение врагов среди политических субъектов, использование метафорических выражений, транслирование провокационных сведений. Процесс политической мобилизации рассматривается в конверсивном аспекте, как диффузный протест в социальных сетях преобразуется в массовые действия. Анализ информационных потоков в социальных медиа выявил каскадные темы формирования общественного мнения: «страдающий народ», «виновники кризиса» и «альтернативные лидеры» [245].

На этапе эскалации политического конфликта (1 декабря 2013 года – 17 января 2014 года), как показали маркеры интенсивности протестных действий, охват обсуждения и уровень вовлеченности пользователей социальных сетей по сравнению с начальным этапом протеста возрос в три раза. Сопоставление данных киберметрического и событийного анализа выявляет тесную связь возрастания протестных настроений в социальных сетях с разгоном 30 ноября 2013 года силовыми подразделениями акции протеста, что подтверждает эффективность инверсии политической мобилизации. Дискурс-анализ контента показал выраженное доминирование в содержании сообщений активной над пассивной, иррациональной над рациональной, неконвенциональной над конвенциональной коннотациями под общим посылами отстоять свободу, войти в ЕС и выйти из-под влияния России. В информационном потоке происходит снижение дискурсивного разнообразия мнения, антропоморфные метафоры российской угрозы стали более однозначными, эмоциональными и выразительными. В протестном дискурсе социальных медиа продвигаются радикальные идеи и героические образы «патриотов Украины». В информационных потоках ведущим актором пропаганды становилась националистическая оппозиция. В социальных сетях для укрепления протестных установок пользователей продвигались негативные темы криминальной группировки у власти, дискредитирующие действующего президента страны. В свою очередь Президент России и сама Россия предстают в образе врага, которые стремятся подавить украинскую демократию и удержать Украину от стремления войти в «европейскую семью народов». Перевод активности мобилизованных пользователей онлайн в пространство офлайн обеспечивают хабы социальных сетей, в качестве которых выступают участники с большим числом активных связей, формирующие вокруг себя группы сторонников [245].

В течение массовой акции Евромайдана в информационном потоке протеста наблюдалось изменение баланса активного и пассивного нигилизма в отношении политического режима. На первом этапе Евромайдана (18–30 ноября 2013 года) в социальных медиа Украины доминировали пассивно-нигилистические потоки, выражающие фоновое и диффузное недовольство граждан ситуацией, сложившееся в стране, дрейфующей между западным и восточным векторами развития. На втором этапе кризисных событий (1 декабря 2013 года – 16 января 2014 года) массовое недовольство было канализировано лидерами неконвенциональной оппозиции и направлено против действующей власти посредством создания интенсивного и технологичного активно-нигилистического потока сообщений в социальных медиа. На третьем этапе (16 января – 22 февраля 2014 года) массового протеста произошло снижение интенсивности активно-нигилистического потока сообщений, что связано с достижением предела протестной мобилизации масс, а содержание активно-нигилистического потока стало более радикальным и инструктивным, ориентированным не столько на расширение количества участников массовых протестных акций, сколько на управление действиями активно вовлеченных в противостояние с властью. Если на первом этапе «разогрева» протеста доля сообщений с содержанием активного нигилизма составляла около четверти (24%), то на втором этапе радикализации протеста активный нигилизм стал подавляющим (90%), на третьем этапе «охлаждения» протеста доля активного нигилизма резко упала до минимальных значений (14%) [271].

В целом исследователи, используя киберметрические методы, приходят к заключению, что в «цветной революции» 2013–2014 годов на Украине социальные сети выполняли функции мобилизации, координации, коммуникации, пропаганды и информирования пользователей, а также консолидации ресурсов. Для воздействия на целевые аудитории на Украине и давление на мировую общественность использовались сообщества в социальных медиа Facebook, ВКонтакте и Twitter, на платформах которых реализовывались технологические приемы информационных волн и штормов. Важными инструментами коммуникации для политической мобилизации и организации совместных действий стало сообщество «ЕвроМайдан – EuroMaydan» и «Евромайдан SOS» в социальной сети Facebook». В декабре численность участников первого сообщества была более 150 тыс., а второго 100 тыс. участников. По образцу избирательной кампании Б. Обамы была собрана группа художников, дизайнеров и промоутеров для производства актуального контента, которая развивала творческое сообщество «СтрайкПлакат». Деятельность сообществ целевым образом обеспечивалась грантами зарубежных финансовых доноров и некоммерческими организациями. Организаторы протестных действий

для конверсии мобилизованных сторонников использовали функцию «мероприятие» социальной сети Facebook. Социальные медиа помогали создавать и распространять пропагандистский контент, включая листовки для распространения на улицах городов. Вовлеченные пользователи социальных сетей действовали в общей системе коммуникаций, объединяемой тематическими хэштегами.

Исследователи, использующие социологические методы, скептически рассматривают важность социальных медиа при политической мобилизации сторонников и проведении массовых акций протеста. На основании проведенных в период активных протестных действий 26 ноября 2013 года по 13 января 2014 года опроса и фокус-групп с участниками Евромайдана в Киеве исследователи определили информационные каналы мобилизации участников протеста. Согласно опросам участников акций, большинство (52%) обозначило, что телевидение было основным источником информации о том, где и когда принимать участие в протестных мероприятиях. Социальная сеть Facebook стала основным источником информации о протестных действиях для более трети (37%), а социальная сеть ВКонтакте еще для существенной части (13%) участников [550]. Если суммировать показатели двух платформ социальных медиа, то выходит паритет с телевидением в степени информационного воздействия на аудиторию для участия в массовых акциях протеста. Однако в целом с учетом информационных сайтов цифровые коммуникации как альтернативные каналы информации в событиях Евромайдана для сторонников оппозиции имели явные преимущества.

Социальные медиа и новостные сайты Интернета сыграли важную роль в распространении информации и формулировании требований протеста, но сами по себе они не стали ключевыми ресурсами политической мобилизации. В событиях Евромайдана они играли скорее вспомогательную роль, помогая определить повестку дня и сформулировать требования протеста, найти информацию о том, где и как протестовать. При этом социальные медиа могли как облегчить, так и усложнить взаимодействие на основании существовавших связей между людьми, оказывающих значительно большее влияние на процесс политической мобилизации. Гипотеза о решающей роли сформированных сетей активистов в содействии и поддержке протеста лишь частично подтвердилась в случае Евромайдана. Сети активистов сыграли важную роль скорее на первоначальной стадии протестной мобилизации, но вскоре лишились силы из-за расширившегося разнообразия «протестората» [552].

Исследователи приходят к заключению, что использование социальных медиа в период Евромайдана не было заметно связано с мобилизацией протеста и общими взглядами на протесты. Гипотезы о положительной зависимости участия в протестах

от использования социальных сетей не подтвердилась. Исследователи не обнаружили доказательств того, что использование социальных сетей связано со статистически значимым изменением взглядов на Евромайдан. Телевидение оказывало более существенное влияние на общественное поведение и убеждения. Просмотр российского телевидения отрицательно, а украинского положительно коррелировал с участием в протестах и с отношением к Евромайдану. Важную роль в мотивации протестного участия и выборе политической позиции играли традиционные факторы идентичности, экономических требований и региона проживания. Сильный эффект повышения участия в протесте связан с украинской гражданской идентичностью. Выраженный эффект снижения участия был выявлен у проживающих в восточных и южных регионах Украины [551].

В ряде зарубежных и российских исследований наиболее показательным примером эффективной конверсии политической мобилизации в социальных сетях в протестные действия стал пост в Facebook 21 ноября 2013 года украинского журналиста и оппозиционного активиста М. Найема в момент разочарования многих решением президента Украины В. Януковича не подписывать соглашение об ассоциации с ЕС. Исследователи считают, что сообщение оказало большее влияние на последующие политические события, поскольку спровоцировало массовый выход, прежде всего, молодежи на акцию протеста [537]. М. Найем был популярным журналистом, поэтому его пост собрал тысячи лайков в течение нескольких часов, в том числе других известных журналистов и активистов. С приближением ночи все больше и больше жителей Киева изменили свой статус в Facebook на «Я иду на Майдан» или сообщили, что уже прибыли на площадь. Социальные сети могут играть решающую роль в содействии мобилизации в режиме реального времени, необходимой для быстрых и спонтанных действий [467].

Однако хронология событий Евромайдана указывает, что конкретная публикация в соцсети не могла сыграть ключевую роль в протестных действиях. Триггерами процесса политической мобилизации в социальных сетях стал разгон акции протеста и последующий инсценированный массовый расстрел участников, который стал резонирующим событием с предъявлением обществу сакральных жертв кровавого режима. Сильный триггер сакральных жертв радикальная оппозиция продвигала в медийном пространстве в маркетинговой упаковке «небесной сотни» в рамках разразившейся «революции достоинства». По наблюдению очевидцев площадь Независимости заполняли в большей части участники, организованно свозимые из украинских регионов и фактически получавшие финансовое вознаграждение. Оценка инфраструктуры протестных действий офлайн указывала на вложение и привлечение значительных ресурсов.

Постановка палаточного лагеря на площади Независимости и возведение баррикад в Киеве, своз, размещение, питание, обеспечение связью участников протестов требовали значительных финансовых расходов. Для функционирования инфраструктуры протеста поддержания активности участников и формирования перспективного образа будущего среди сторонников были вложены средства украинских олигархов и западных спонсоров [383].

События на Украине 2013–2014 годов, приведшие к государственному перевороту, соответствуют характеру цветных революций, во многом повторяя египетский сценарий свержения Х. Мубарака. В египетских и украинских революционных событиях отдельные волнения переросли в масштабные беспорядки, имитируя стихийные национально-освободительное движение народных масс против преступного режима. Протестные движения в этих странах были хорошо организованы: включали в боевые подразделения мятежников из числа египетских исламистов и украинских националистов; осуществляли блокаду правительственных зданий, захватывали важные объекты инфраструктуры, занимали пространства площадей палаточными лагерями, получали финансирование из зарубежных стран для содержания сети активистов и обеспечения их спецсредствами. Для привлечения сторонников использовались приемы конфликтной мобилизации, призывая присоединиться к «восставшему народу», разжигая ненависть к действующей власти, насаждая радикальную идеологию. В обоих случаях переворот оказался возможным из-за слабости коррумпированной власти, которая не решилась на силовое подавление массовых протестных действий [351].

Таким образом, сопоставление результатов исследований выявляет сочетание традиционных способов организации массовых акций протеста, основанных на ресурсных возможностях, и цифровых способов, основанных на информационных коммуникациях. В случае с Украиной социальные медиа позволяли мобилизовать большое количество участников протестного движения посредством информирования активистами, распространения сообщений СМИ и организации множества мероприятий. На Евромайдане были отработаны политические технологии, обеспечивающие эффективную конверсию протестных офлайн-действий и инверсию протестной онлайн-мобилизации. Совмещение традиционных ресурсных и современных медийных технологий политической мобилизации сделали возможным государственный переворот на Украине.

«Революция зонтиков», КНР (Гонконг), 2014 год

Ситуация. Поводом для событий в Гонконге, специальном административном районе КНР, послужили слухи о возможной отмене намеченных на 2017 год выборов главы местной администрации. Подготовка решения объяснялась стремлением центрального правительства КНР преодолеть сепаратизм и повысить управляемость региона, вернувшегося в 1997 году по соглашению с Великобританией под китайский суверенитет. В местных СМИ и социальных сетях стали муссироваться сведения о замене свободных выборов на голосование только за одобренных центром кандидатов [532]. Однако еще в январе 2013 года представители местной общественности, ученые и политики инициировали обсуждение плана проведения в знак протеста акции «Займи Центр» (Occupy Central), по аналогии с американской акцией «Займи Уолл-Стрит» (Occupy Wall Street). Проведение акции задумывалось как кампания гражданского неповиновения, чтобы отстоять политические права и заставить китайское правительство взять курс на демократизацию политической системы.

В августе 2014 года Всекитайское собрание народных представителей приняло условия о необходимости кандидатов заручиться поддержкой более половины членов комитета по назначениям, что позволяло центральному правительству контролировать процедуру выдвижения претендентов. Решение центрального правительства, ограничивающие прямые выборы главы административного района вызвало недовольство жителей Гонконга, которое вылилось в массовые протесты на улицах города. Инициаторы протестных действий выдвинули основной лозунг «Я требую подлинных всенародных выборов», объединяющий недовольных граждан. Гражданская кампания «Захвати Центр» стала известна во всем мире с подачи зарубежных СМИ как движение или революция зонтиков из-за распространенного атрибута акций, ставшего символом массового протеста.

Масштаб. В знак протеста против решения Всекитайского народного собрания 22 сентября студенты местных университетов, вернувшиеся с каникул, объявили забастовку. Массовая кампания протеста началась 26 сентября и завершилась 15 декабря 2014 года, продолжаясь 81 день. «Движение зонтиков» объединило инициативную группу гражданской кампании «Занимай Централ с любовью и миром» (OCLP), сообщество студентов-активистов «Scholarism» и Гонконгскую федерацию студентов (HKFS).

26 сентября федерация студентов и присоединившиеся к ним преподаватели университетов начали сидячую демонстрацию у Адмиралтейства, администрации Гонконга. Разгон демонстрации полицией, применившей силу и слезоточивый газ,

спровоцировал масштабную кампанию протеста. В ответ 28 сентября организаторы протестов, действуя по методическим разработкам «цветных революций», инициировали кампанию гражданского неповиновения «Займи центр с любовью и миром». Протестующие заблокировали ключевые магистрали и стали занимать центральные площади. Число участников акций превысило 100 тыс. человек, что уже не позволяло полиции сдерживать массовые протестные действия.

На островной территории Гонконга протестующие развернули три лагеря: студенческий самый большой с «идеалистической атмосферой Вудстока» в районе Адмиралтейства, менее масштабный и организованный в рабочем районе Монг Кок и небольшой локальный в районе Козуэй-Бэй. Следуя по провокационному сценарию ненасильственных действий, участники протестов нарочито демонстрировали творческое самовыражение, превращая занятые районы в особый жизненный мир идеального сообщества: выращивали цветы, занимались стрит-артом, воздвигли стену Леннона, строили временные храмы, создавали зоны самообучения, мобильные классы и центры обмена ресурсами [532]. 10 ноября немногим более 1 тыс. участников массовой акции с желтыми лентами и зонтиками прошли по центральным улицам, требуя освободить арестованных активистов. Однако под давлением правоохранительных органов, проводящих аресты активистов, и местных жителей, недовольных затянувшимися беспорядками, дальнейшие акции протеста стали терять эмоциональную энергию и численность участников.

Роль социальных медиа. В 2014 году Гонконг относился к территориям на карте мира с наибольшим охватом населения цифровыми коммуникациями, включая Интернет и социальные медиа. Социальные медиа рассматривались как необходимый канал коммуникации, альтернативный существующим СМИ. Однако традиционные СМИ сохраняли важность для большинства жителей Гонконга, телевидение по-прежнему было основным источником новостей. При этом цифровые коммуникации открыли возможности выходить за традиционные границы, способствуя международному участию, распространению информации и координации между сетями активистов по всему миру. «Движение зонтиков» создало автономное пространство, которое представляло собой сочетание городского физического пространства и киберпространства. В пространстве социальных медиа общественное движение сформировало среду, «подпитываясь низовой энергией протеста» [571]. «Движение зонтиков» рассматривается как случай, когда объединяющее действие вмешивается в кампанию коллективных действий, что приводит к расширенному масштабу, смешивающему старую и новую логики протеста [187].

Массовые протесты последовали после более чем года цифровой активности инициаторов гражданской кампании «Займи центр с любовью и миром», которые с 2013 года использовали социальные сети как инструмент давления на правительство Гонконга в отношении избирательной реформы. Ими была подготовлена цифровая инфраструктура для поддержки протестных действий. Социальная сеть Facebook была общедоступным средством коммуникации для большинства участников протестов. По мере того, как протесты разгорались, участники пробовали пользоваться китайской социальной сетью Firechat, мессенджером Telegram и приложением WeChat. Социальные медиа в Гонконге стали «повстанческой публичной сферой» [453]. В Гонконге социальные сети позволили крупномасштабному протесту мобилизовать сторонников и систематизировать свои требования среди разнообразной аудитории.

Большинство исследователей отмечали, что в событиях «Революции зонтиков» социальные медиа сыграли важную роль в мобилизации, координации и коммуникации на местах, в передаче сообщений и изображений. Анализ опроса участников зонтичного движения в Гонконге показывает, что протестующие были активны в четырех видах деятельности в цифровых медиа: самовыражение, дебаты, информирование и взаимодействие [533]. Социальные сети имели решающее значение для сосредоточения участников протестов в определенном районе. Деятельность цифровых медиа позволила участникам продолжать быть частью движения, даже когда они физически не присутствовали на акциях протеста. Участники движения, вовлеченные в деятельность еще в цифровых медиа, проводили больше времени на занятых территориях, с большей вероятностью мобилизовали других и были более активны на улицах [530].

Движение использовало иерархическую модель коммуникации, чтобы оставаться организованным и целенаправленным. Лидеры движения направляли официальные сообщения в социальных сетях, выступали в качестве спикеров и принимали решения. Обмен политической информацией и прямые связи с лидерами через социальные сети оказывают значительное влияние как на поддержку, так и на участие в движении [531]. Исследователи выявили, что в период беспорядков «Революции зонтиков» получение политических новостей через социальные медиа было положительно связано с поддержкой движения и отрицательно с поддержкой власти. На основе регрессионной модели был сделан вывод о небольшой, но значимой роли социальных медиа в «зонтичном движении». Социальные сети способствовали протестной мобилизации и совместным действиям против доминирующей общественности и государства. Использование социальных сетей для политических новостей увеличило поддержку движения «Занимай Центр»

и снизило доверие к администрации Гонконга и центральному правительству КНР. Социальные сети служили IP-адресом для мобилизации и действий против доминирующей общественности и государства [534].

Попытка силового подавления протеста 28 сентября ускорило расширение масштаба движения. Широко распространяемые сюжеты применения полицией слезоточивого газа для разгона демонстраций вызвали сочувствие значительной части аудитории, способствуя расширению «зонтичного движения» [575]. Однако критический момент для движения наступил, когда сюжеты подавления со слезоточивым газом стали обсуждать обыватели, которые не были вовлечены в онлайн-дискурс протеста. Цифровая активность в социальных сетях положила начало движению, но не оказала такого стимулирующего воздействия как силовой разгон демонстрации, который перевел локальные выступления в разряд массовых акций протеста. Жесткие действия полиции спровоцировали инверсию политической мобилизации, которая вылилась в масштабное увеличение численности участников протеста.

В событиях «Революции зонтиков» социальные сети сыграли роль катализатора коллективных действий и обсуждения политической системы. Мобилизация в социальных сетях побудила активистов и сторонников приложить свои физические и цифровые усилия для совместных протестных действий. Активисты, используя социальные сети для общения со сторонниками и противниками, развернули дебаты по целому ряду общественных проблем, включая неравенство, перспективы трудоустройства и политические реформы. Они, прилагая усилия по организации движения, мобилизации сторонников и убеждению широкой аудитории, производили и распространяли новости в социальных сетях, которые продвигали блогеры, журналисты и новостные агентства. Однако активисты движения описывают дискуссии в социальных сетях как изолированные пространства или эхо-камеры. Большая часть беседы укрепила внутrigрупповые связи, но мало что сделала для убеждения тех, кто находится за пределами группы [453].

Опросы общественного мнения после прекращения протестов свидетельствуют о том, что лидерам движения не удалось массово вовлечь жителей города, создать социальный консенсус относительно методов решения политической проблемы выборов администрации мегаполиса. Проведенный после завершения протестов в марте 2015 года опрос показал, что действия движения вызвали больше (40%) негативное, чем позитивное (31%) отношение жителей города [655]. Лидеры «зонтичного движения» не смогли убедить жителей в необходимости предпринять консолидированные усилия для противодействия

решению правительства, ограничившись пределами своих сторонников. Движению удалось привлечь внимание «мировой общественности», но не удалось убедить жителей города в необходимости продолжения протестных действий, затрудняющих функционирование отлаженной инфраструктуры мегаполиса.

Таким образом, рассмотрение кейса несостоявшейся «Революции зонтиков» показывает, что социальные медиа усиливают возможности политической мобилизации сторонников протестных движений. Они расширили сеть движения, упростили организацию совместных действий привнесли новые формы участия. Между тем, традиционные СМИ остались важной ареной борьбы за общественную поддержку. В данном кейсе проявились возможности размеренной политической мобилизации сторонников посредством создания «повстанческой инфраструктуры» в социальных медиа, которая обеспечила ограниченную конверсию общественного недовольства в протестные действия. Однако массовый масштаб протестных действий и общественное внимание спровоцировала попытка силового подавления выступлений, обеспечившая эффективную инверсию резонирующего контента, содержащего сильные эмоциональные триггеры.

Антикоррупционные протесты, Россия, 2017-2018 годы

Ситуация. В начале 2017 года психологическое состояние российского общества достигло докризисного уровня, протестный потенциал был на минимальных значениях, рейтинги доверия Президенту РФ и партии «Единая Россия» выросли, большинство населения с оптимизмом смотрело на будущее страны, протестные настроения были на низком уровне [622]. «Антикоррупционные расследования» А. Навального, продвигаемые в социальных медиа, были нацелены на формирование информационной повестки и расшатывание политической ситуации в преддверии намеченных на март 2018 года выборов Президента России. Проводя массированную информационную кампанию и формируя сеть штабов по стране под вывеской «Фонда борьбы с коррупцией», А. Навальный вынашивал план своего выдвижения на выборах в качестве лидера оппозиции. Организованные его командой антикоррупционные, а затем антипутинские акции за сменяемость власти в городах России в большинстве случаев не были санкционированы властями. С акций протеста 7 октября 2017 года, приуроченных к дню рождения В.В. Путина, антикоррупционное движение стало преобразовываться в антипутинское с требованием сменяемости власти и отставки действующего Президента России. Организаторы акций выдвигали требование допустить А. Навального к участию в качестве кандидата на предстоящих президентских выборах. В ходе предвыборной борьбы социологические центры фиксировали рост социального недовольства,

неудовлетворенности уровнем жизни и неприятия коррупции в обществе. Однако антикоррупционная кампания, перетекающая в антипутинскую кампанию перед выборами, кардинально не изменили общественные настроения, действующий Президент Путин сохранил поддержку лояльного большинства граждан. Как показывают исследования, резкая смена общественных настроений и нарастание числа акций протеста произошли в мае-июне 2018 года, когда власти после получения вотума доверия стали реализовывать непопулярное решение по повышению пенсионного возраста, ставшее триггером политической мобилизации сторонников оппозиции [624].

Масштаб. Антикоррупционные акции протеста охватывают период с 26 марта 2017 года по 5 мая 2018 года. 26 марта 2017 года команда А. Навального провела акции протеста в различных форматах (митинги, шествия, пикеты) в столице и целом ряде крупных городов, большинство из которых не были санкционированы властями. По официальным, обычно заниженным, данным, в Москве численность акции протеста составила около 8 тыс. участников, а по данным организаторов, обычно завышенных, число участников было около 30 тыс. человек. Оппозиционные СМИ, создающие представления о масштабных выступлениях граждан, обозначали, что акции прошли в 97 городах страны с участием 36-88 тыс. человек. Крупные акции состоялись в городах Санкт-Петербург, Новосибирск, Екатеринбург и Пермь. На несанкционированных акциях протеста полиция задерживала активных участников, которые для получения «эффектных кадров» часто намеренно совершали провокационные действия. Активисты действовали в соответствии с методическими рекомендациями по совершению «цветных революций», выступая с основными лозунгами захвата физического пространства «Это наш город!», смены власти «Россия без Путина!» и свержения режима «Россия будет свободной!». Однако антикоррупционные выступления А. Навального 26 марта не вызвали общественного резонанса в стране, но были широко представлены в западном информационном пространстве как свидетельство всеобщего неприятия авторитарного режима.

Вторая попытка провести масштабную акцию командой А. Навального была предпринята в День России 12 июня 2017 года. Проведение митинга в столице на проспекте Сахарова было согласовано с властями, но слабый интерес сторонников к мероприятию сподвиг к смене формата акции протеста под видом народных гуляний. В центре Москвы на Тверской улице, на которой проходил культурный фестиваль, в провокационном шествии под прицелами объективов приняло участие около 5 тыс. человек, в Санкт-Петербурге на Марсовом поле около 3 тыс. участников. В целом по России, по официальным данным, в акциях протеста

участвовало около 40 тыс., по другим источникам, 50-100 тыс. человек. Более 1,7 тыс. участников, среди которых были несовершеннолетние, были задержано полицией за противоправные действия. Руководитель ФБК А. Навальный за призывы в Интернете к участию в несогласованной с властями акции был задержан и привлечен к административной ответственности.

7 октября 2017 года в день рождения Президента России В.В. Путина сетевая структура А. Навального провела в различных формах акции протеста в 80 городах России, которые не отличались большей массовостью. В Москве, по официальным данным, в несанкционированном протесте на Тверской улице участвовали около 700 человек, а по всей стране, по данным организаторов, 25 тыс. человек. Однако в числе участников акции оказались как сторонники А. Навального, так и его противники, намеренные сорвать ее проведение. Около 300 участников акций были задержаны за нарушение общественного порядка.

В конце декабря 2017 года в ряде регионов России прошли собрания сторонников А. Навального, выступившие с инициативой его выдвижения в Президенты РФ. Однако на основании судимости А. Навального ЦИК приняла решение отказать ему в регистрации кандидатов на выборах. Данное решение было подтверждено Верховным и Конституционным судами Российской Федерации. Получив обоснованный отказ, А. Навальный на персональном сайте и на YouTube канале инициировал кампанию «Забастовка избирателей», призвав возмущенных сторонников по всей стране выйти в знак протеста на улицы 28 января 2018 года, бойкотировать голосование и устроить «гражданский контроль» за выборами Президента. Устроенная 28 января 2018 года «Забастовка избирателей» охватила, по заявлениям штаба А. Навального, более 100 городов страны, наиболее массовые акции прошли в Москве около 5 тыс. и в Санкт-Петербурге около 3 тыс. участников. По данным МВД, в целом по всей стране в акции приняло участия около 3,5-4,5 тыс. человек.

5 мая 2018 года команда А. Навального приурочила акции протесты к инаугурации В.В. Путина, выступая со слоганом «Он нам не царь». Численность участников акций по сравнению с предыдущими выступлениями заметно снизилась, поэтому для расшатывания политической ситуации оппозиционеры предприняли провокационные действия с участием детей. В Москве более тысячи активистов заблокировали Страстную бульвар, а в Санкт-Петербурге около 1,5 тыс. активистов перекрыли Невский проспект, возводя баррикады. Намеренные экстремистские действия вынудили полицию силовым способом восстановить общественный порядок, что вызвало возмущение «мировой общественности», выраженное

в сообщениях западных СМИ и заявлениях правительств стран «коллективного запада» [447].

Роль социальных медиа. По данным Mediascope, доля пользователей социальных медиа достигла в России в 2017 году 52% населения. В исследованиях случая с антикоррупционными протестами социальные сети признаются в качестве эффективного средства политической мобилизации для протестных действий. Социальные медиа помогают организовывать массовые акции, обмениваться информацией, транслировать ценности, передавать эмоции и координировать действия. Цифровые платформы обозначаются как эффективные онлайн-сервисы политической мобилизации сторонников, способствующие выражению общественной солидарности, формированию групповой идентичности, кристаллизации социальных сетей и организации совместных действий офлайн. Интернет-технологии расширили возможности проведения информационных кампаний в Интернете для воздействия на массовое сознание и формирования движения. Исследователи отмечают, что социальные медиа стали использоваться для политической мобилизации сторонников не только оппозиции, но и власти [306].

Использование социальных медиа обеспечило скорость и адресность общения, способствуя повышению эффективности политических акторов. Известный блогер А. Навальный, расследующий коррупцию во власти и госкомпаниях, превратился в значимого политика, способного мобилизовывать сторонников в онлайн и организовывать по городам страны акции в офлайне. Социальные медиа позволили активу команды А. Навального координировать работу штабов ФБК, держать связь со сторонниками. Социальные медиа стали площадками для подготовки и координации митингов, сбора подписей, способствуя созданию масштабной волны акций протеста во многих крупных городах страны. Для широкого распространения информации и мобилизации сторонников оппозиция использовала на платформах социальных медиа информационные страницы и видеоблоги, которые обеспечили значительный охват аудитории. На страницах в социальных медиа вовлеченные пользователи получали информацию о предстоящих акциях, агитационные материалы и атрибутику [412]. Посредством социальных медиа организаторы распространяли контент с лозунгами и мемами для активации сторонников, макеты агитационных плакатов и листовок для уличных акций протеста.

Социальные сети позволяли проводить информационные кампании, распространяя контент среди адресных групп граждан. Так 2 марта 2017 года ФБК разместил на видеохостинге YouTube фильм-расследование «Он вам не Димон»,

а его фрагменты широко разошлись по социальным сетям. Фильм, направленный на дискредитацию бывшего Президента России Д.А. Медведева, ставшего председателем Правительства России, разоблачал коррупцию «в верхних эшелонах власти». Онлайн-кампания против действующей власти изменила информационную повестку дня. Огромное число просмотров видеофильма в Интернете, который только за месяц посмотрели около 25 млн пользователей, и ажиотажное обсуждение в социальных сетях показали эффективность цифровых коммуникаций как альтернативных источников политической информации. Социальная сеть ВКонтакте собирала наибольшее количество подписчиков на оппозиционные аккаунты. Сообщества сторонников А. Навального на платформе «ВКонтакте» стали основой политической мобилизации для участия в акциях протеста.

В информационной кампании дискредитации власти использовались стереотипные образы, которые формировали протестные общности в виртуальном пространстве. Интенсивный обмен сообщениями между пользователями в социальных медиа закреплял негативные образы в формате стереотипов и мемов. Психологическое отношение к коррупции во власти формируют распространяемые в социальных сетях мемы, которые из образно-символического конструкта преобразуются в наглядную символику протеста. Негативные кампании оппозиции в социальных сетях используют коммуникации механизмы убеждения и внушения, чтобы преодолеть критическое отношение и сформировать доверие к источнику [320].

Распространение в Интернете фильма-расследования «Он вам не Димон» по замыслу политических технологов должно было стать триггером массовых протестов, вызвав общественное недовольство. Ажиотажный просмотр фильма на Интернет-платформах повысил известность А. Навального, значительно расширив круг его сторонников. Среди недовольных граждан стала проводиться политическая мобилизации посредством распространения агитационных роликов, призывающих к участию 26 марта в акциях протеста в крупных городах. После распространения в Интернете фильма-расследования «Он вам не Димон» массовые акции протеста приобрели общероссийский размах, спровоцированное в социальных сетях общественное недовольство, вылилось в массовые акции протеста на улицах крупных городов [412].

Головной офис сетевой структуры ФБК активно использовал возможности Интернета для влияния на аудиторию, ведя прямые трансляции акций протеста. Оппозиция намеренно провоцировала власти на силовое подавление акций протеста, чтобы вызывать эмоциональную реакцию общественности, создавая резонирующий и инверсионный эффекты политической мобилизации в социальных медиа. Для

достижения общественного резонанса в случае силового подавления через социальные медиа в качестве участников акции протеста привлекались школьники. В таких случаях в информационных потоках сообщений использовался фрейм либеральной общественности «они же – дети», внедряемый для обличения жестокости политического режима [447].

Созданная А. Навальным Интернет-инфраструктура стала эффективным механизмом политической мобилизации недовольных граждан. Генерируемый поток информации в Интернете формировал общие ценности и интересы, способствуя объединению сторонников для совместных действий. «Умная Интернет-кампания» А. Навального заключалась в массовом использовании социальных медиа для мобилизации сторонников, взаимодействия с ними и организации акций. Команда А. Навального показала возможность реализации стратегии накопления социального капитала в онлайн-среде и его конверсии в совместные действия в офлайн-среде. Эффективная реализация стратегии основывалась на комплексной организации кампании, включающей цифровые сервисы (социальные медиа, авторские блоги и Интернет-реклама), сетевые структуры сторонников по стране (штабы, клубы, сообщества), производство и распространение пропагандистского контента (фильмы, мемы, постеры), агитационные мероприятия на улицах городов (митинги, пикеты, кубы), финансирование деятельности (спонсоры, краудфандинг). Эффективность онлайн-мобилизации для организации акций протеста обеспечивалась посредством формирования объединяющей идентичности участников, которая основывалась на приверженности лидеру движения, педалируемых проблемах, проповедуемых ценностях и продвигаемых интересах. Цифровые коммуникации позволили оппозиции без организационной структуры посредством сетевой координации проводить массовые акции протеста [569].

Таким образом, созданная командой А. Навального сетевая инфраструктура на различных платформах социальных медиа позволяла проводить политическую мобилизацию сторонников онлайн и координацию участников акций офлайн. Информационная кампания по дискредитации власти в цифровом пространстве коммуникаций вызвала подъем общественной активности, которая конвертировалась в акции протеста в различных форматах. Цифровая инфраструктура позволила расширить географию протестов. Однако эффективность конверсии политической онлайн-мобилизации сторонников в офлайн-действия на акциях протеста следует признать весьма ограниченной, что подтверждает численность участников. Попытки команды А. Навального запустить инверсию политической мобилизации в социальных медиа посредством провоцирования

силового подавления и арестов участников также не привели к «взрыву активности», так как не затрагивали интересов большинства пользователей. Значительные изменения общественных настроений и протестной активности вызвали не столько антикоррупционная кампания А. Навального, сколько непопулярное решение власти о пенсионной реформе.

«Мусорные бунты», Россия, 2018-2020 годы

Ситуация. Нарастающие экологические проблемы в России стали основанием политической мобилизации граждан в социальных медиа для протестных действий. Ключевым аспектом экологических проблем стала утилизация бытовых отходов и строительного мусора, которая оказалась в центре общественного внимания. Причины данной проблемы связаны с ростом потребления населения, переполнением существующих полигонов и необходимостью отводить территории под новые полигоны. Особенно остро проблема утилизации встала в московской агломерации, которая при самых высоких показателях уровня жизни и потребления производила более 20% отходов в стране.

Триггерами «мусорных» протестов стали взаимосвязанные факторы переполнения существующих свалок, обнародования планов открытия новых полигонов и строительства мусоросжигательных заводов в предместьях столицы. Так важным фактором, способствующим расширению экологических протестов, стали выборы Президента РФ в марте 2018 года, мэра Москвы и губернатора Московской области в сентябре 2018 года. Проблему мусорных свалок, наносящих вред здоровью граждан и окружающей среде, еще больше «раздувала» оппозиция, эксплуатируя ее в предвыборных кампаниях для дискредитации действующих властей. Массовые протесты жителей Подмоскovie вынудили региональные власти принять решение о закрытии 24 из 39 мусорных полигонов и пересмотреть проекты строительства мусоросжигательных заводов. Сокращение площадок для утилизации отходов и планы реновации старого жилья в Москве подталкивали власти искать альтернативные варианты в отдаленных регионах.

Общероссийскую известность получили протесты против решения региональной власти открыть полигон возле железнодорожной станции Шиес в Архангельской области для вывоза мусора из столичного региона. Принятое решение о «московской свалке» вызвало недовольство не только местных жителей, но и активную общественность, будирующую экологические проблемы по всей России. По мере расширения протестов в социальных медиа обсуждение экологической проблемы в общественном дискурсе стало приобретать политический характер. Помимо полигона Шиес в ряд экологических акций

рассматриваемого периода вошли события, связанные с протестами против возведения целлюлозно-бумажного комбината в Вологодской области на Рыбинском водохранилище, разработки шихана Куштау в Башкортостане.

Масштаб. Экологические протесты, связанные с «мусорной» проблемой, прошли в более 30 регионах. Наиболее массовые акции «мусорных протестов» прошли в Московской, Архангельской областях, Республиках Коми, Башкортостан, Татарстан и др. Весной 2018 года в Московской области прошел ряд протестных акций в 13 городах в виде согласованных митингов. 1 апреля 2018 года в Волоколамске прошла самая массовая акция протеста, в которой приняло участие около 7 тыс. человек против расширения мусорного полигона «Ядрово» [610]. Здесь экологическая ситуация обострилась в марте из-за выбросов свалочного газа, который вызвал отравление более 50 человек. В Серпухове прошел митинг с участием около 1 тыс. человек, выступающих за закрытие переполненного полигона «Лесная». В городе Клин митинг собрал около 2 тыс. участников, требующих окончательного закрытия полигона и установки системы дегазации. Около 200 жителей города Балашиха выступили за закрытие полигона «Кучино» и против строительства мусоросжигательного завода. Около 500 жителей города Дмитров выступили за закрытие полигона «Непейно». Локальные митинги прошли также в городах Сергиев Посад, Красноармейск и Шатура [594]. В Московской области властям удалось купировать протестные выступления перед выборами губернатора, развернув реализацию экологических программ, реагируя на требования и инициативы граждан.

Наиболее широкий общероссийский резонанс получили экологические акция протеста вокруг решения о закладке мусорного полигона возле железнодорожной станции Шиес в Архангельской области. Экологическая кампания протеста началась с июня 2018 года, когда жители узнали о начале строительства полигона. 9 января 2020 года Арбитражный суд Архангельской области рассмотрел иск местной администрации рабочего поселка Урдума, признав незаконным строительство полигона возле станции Шиес. 2 июня 2020 года соглашение между правительством Архангельской области и московским инвестором от 20 мая 2019 года было расторгнуто.

2 декабря 2018 года в Архангельской области массовые акции протеста против «московской свалки» в Шиесе прошли в 21 населенных пунктах, в которых приняло участие около 30 тыс. человек (в их числе около 3-5 тыс. в Архангельске, 10 тыс. в Северодвинске). Согласно социологическому опросу «Левада-Центра», в августе 2019 года среди жителей Архангельской области абсолютное большинство (67%) считало главной экологической проблемой ввоза мусора из других регионов, около

половины (45%) некомплектность власти в мусорной реформе, более трети (35%) распространение стихийных свалок. Практически все (98%) население области посчитало неприемлемым ввозить мусор из других регионов и подавляющее большинство (95%) выступало против размещения полигона у станции Шиес, так как создается угроза экологического загрязнения (70%), проект не одобрили местные жители (57%) и возникала угроза здоровью людей (55%). Абсолютное большинство (80%) населения выражало намерение участвовать в совместных действиях против запуска мусорного полигона, причем около половины (49%) готовы были выходить на согласованные акции протеста, а четверть (25%) на несогласованные акции протеста. Около половины (48%) жителей готовы были распространять информацию о проблеме при личном общении с окружающими, а весьма значительная часть (40%) делать посты и комментарии в социальных сетях, более четверти (27%) выразили готовность участвовать в организации протестов [617].

В Башкортостане экологическая акция в защиту шихана Куштау началась 31 июля 2020 года, когда активисты в знак протеста против промышленной разработки природного объекта установили у подножия горы палатки. 5 августа сотрудники охраны содовой компании попытались убрать палаточный лагерь, но активисты не отступили. 6 августа лагерь защитников Куштау попыталась разогнать полиция, произведя задержания участников. Однако сюжеты силового разгона лагеря активистов, брошенные в социальные медиа и показанные некоторыми СМИ, вызвали внимание общественности и приток сторонников в разбитый лагерь. Очередная более жесткая попытка сотрудников охраны содовой компании силой разогнать лагерь протеста, сюжеты которой стали широко распространяться в социальных медиа, вызвала большой общественный резонанс, который прибавил еще больше сторонников и вывел акцию протеста с локального на федеральный уровень общественного внимания. 16 августа несколько тысяч эоактивистов, скандируя лозунг «Куштау, йэшә!» («Куштау, живи!») под присмотром Росгвардии снесли ограждения строительной площадки. В результате власти вынуждены были принять экологические требования протестующих граждан, запретив вести промышленную разработку природного объекта.

Роль социальных медиа. По данным агентства We Are Social на начало 2019 года абсолютное большинство (76%) населения России пользовались Интернетом и около половины (49%, 47% в 2018 году) социальными медиа, что было выше среднемирового уровня (45%). Самыми популярными ресурсами Интернета у российских пользователей стали портал поиска информации yandex.ru, социальная сеть vk.com и видеохостинг YouTube [627]. Расширение доступности цифровых

коммуникаций позволяло экологическим активистам создавать в социальных медиа виртуальные сообщества для распространения контента и мобилизации сторонников. Однако предварительные исследования выявляли слабый эффект конверсии от цифрового участия в социальных сетях, так как большинство пользователей следовали слактивистским паттернам поведения, не принимая и не желая принимать участие в совместных действиях. Социальные медиа широко информировали общественность, но мало способствовали мобилизации сторонников во время экологического конфликта для реального участия в акциях протеста [302].

«Мусорные бунты» внесли коррективы в оценку влияния социальных медиа на общественное поведение, став знаковыми формами экологических протестов в России. Исследователи отмечают, что в экологическом движении под влиянием цифровых коммуникаций произошло расширение набора тактических приемов, вместо вертикальной организации управления были сформированы горизонтальные структуры на основе сетевых связей и взаимодействия. Акции экологического движения показали, как гражданское участие с выражением недовольства переходит в политическое участие с требованиями пересмотра решений властей [434]. Расширение возможностей коммуникации в социальных медиа способствовали усилению экологических протестов. Влияние социальных медиа на общественную активность обнаруживалось на индивидуальном уровне посредством опроса участников акций, а также на агрегированном уровне посредством измерения динамики постов, репостов, комментариев и роста числа участников акции протеста [335].

Экологические протесты стали одними из самых обсуждаемых в социальных медиа. Исследователи отмечают политизацию экологических акций протеста, которая происходит при критике решений на региональном или федеральном уровне власти и выдвижении требований к ним. Мобилизация сторонников протестных действий при выделении лидеров происходила на основании распространенных общественных представлений о нелегитимном и несправедливом решении власти. Раскрытие информации о решении власти, принятом без публичного обсуждения, в сфере экологии стало триггером, вызвавшим политизацию дискурса и протестную мобилизацию активных граждан [435]. Локальные экологические акции протеста получали общероссийский общественный резонанс, что требовало вмешательства федеральных властей для купирования конфликта.

Возведение мусоросжигательных заводов, размещение свалки возле станции Шиес в сравнении с экологическими акциями протеста против строительства комбината на Рыбинском водохранилище, разработки меловой горы (шихана)

Куштау в Башкирии вызвало наибольший общественный резонанс в социальных медиа. Данное обстоятельство объясняется расширением информационной кампании до федерального уровня. Сюжеты столкновения между противниками размещения полигона и сотрудниками охранной организации вызвали общественное внимание в социальных сетях, которое обернулось притоком участников протестных действий. По схожему сценарию мобилизация сторонников и рекрутирование участников акций протеста происходила вокруг разработки шихана Куштау. В этом случае также произошло расширение общественного внимания в социальных сетях от регионального до федерального уровня. Акции протеста против строительства мусоросжигательных заводов и комбината остались региональными случаями с вялотекущей динамикой активности граждан в социальных сетях без перспектив разрешения экологических конфликтов. Протесты вокруг полигона Шиес характеризуются как наиболее крупные, затяжные и политизированные [409].

Исследование потребления новостной информации в сообществах социальной сети ВКонтакте, связанных с экологическими протестами против мусорного полигона возле станции Шиес, показало, что наибольший интерес вызывали сообщения СМИ и информационных сайтов по заданной повестке. При этом анализ выявил различия протестных сообществ и местных сообществ в социальных медиа. Протестные сообщества, претендующие на общероссийский охват аудитории, изначально стремились политизировать конфликт и выстроить альтернативный официальному информационный поток, формируя ленты новостей. Местные сообщества придерживались экологической повестки и стремились организовать совместные действия, чтобы добиться пересмотра решения. В целом, рассматривая экологические сообщества, включенные в «мусорную повестку», исследователи обнаружили тесную связь с оппозиционными сообществами, которые стремились перевести конфликт в политическую плоскость [305].

Экологические акции протеста проходили при росте интереса граждан к защите природы в социальных медиа. Исследования выявили, что экологический поток информации тесно увязан с деятельностью оппозиционных сообществ в социальных медиа. Высокий протестный потенциал экологического потока информации проявился в широком распространении постов с содержанием активного нигилизма и критики решений власти, в синхронном нарастающем выходе сообщений с политическими событиями, в интересе оппозиционных сообществ к теме, в вовлечении наиболее активных возрастных групп, в особенностях структуры и плотности связей сообществ социальных медиа. Растущий интерес граждан к экологии используется оппозицией для формирования

конвенциональных установок в отношении власти и привлечения сторонников протестных действий [260].

Исследования эоактивизма в социальных медиа выявляли, что более четверти (27%) сообщений содержат выражение протестных настроений в связи с оказываемым человеком вредом окружающей среде, наносимым хозяйственной деятельностью предприятий и решениями государственных органов. Активация общественного недовольства, переходящего в протестные действия, обычно происходит в чрезвычайных ситуациях, создающих угрозу жизням и здоровью людей, а также требующих спасения животных и природных объектов. Исследования региональных случаев не подтверждают зависимость между вовлеченностью участников экологических сообществ в социальной сети «ВКонтакте» и активностью в акциях протеста, которая была обусловлена ценностными нормами, существующим контекстом и ситуативными факторами. Включение лидеров общественного мнения, селебрити в экологическую проблему не столько способствует ее разрешению, сколько помогает привлечь более широкую аудиторию в социальных медиа и вывести локальный случай с регионального на федеральный уровень. Однако информационный поток, генерируемый оппозиционными селебрити и лидерами общественного мнения, порождает всплеск обсуждения в социальных сетях, которые гасятся в «эхо-камерах». Потенциал возможных действий может быть измерен путем расчета индекса протестного эоактивизма, который состоит из данных локализации сообществ, интенсивности взаимодействия, политизации требований, текущей ситуации и конфликтности в социальных медиа [391].

Между тем исследования показывали, что сообщества в социальных медиа использовались в локальных конфликтах в сфере экологии для мобилизации сторонников. Однако большинство пользователей в сетевых сообществах проявляло пассивность в цифровом участии, избегали дискуссий, не распространяли информацию и предпочитали наблюдать за развитием ситуации. Число репостов и комментариев на один пост в локальных экологических сообществах оказывается крайне малым. В большинстве локальных сообществах экологического движения только пятая часть распространяла информацию и участвовала в дискуссиях. Несколько больше репостов и комментариев получают мобилизационные посты. Значительное число участников сообществ предпочитают ставить лайки (в 3-4 раза чаще, чем репосты). Среди них прослеживается особенно низкий уровень реального участия в совместных действиях. Лишь немногие активисты в большей части участвуют в деятельности как сообществ в социальных медиа, так и в традиционных акциях протеста. Для менее трети (31%) участников совместных действий

социальные медиа стали единственным источником поступления информации о происходящих событиях, а для абсолютного большинства (62%) одним из источников информации. Однако, несмотря на пассивную массу пользователей, лидеры сообществ активно задействуют социальные медиа для мобилизации сторонников для участия в экологических акциях [303].

Таким образом, экологические акции протеста выявили ограниченные возможности политической мобилизации для организации совместных действий посредством социальных медиа. Цифровые коммуникации позволили обеспечить акциям протеста большой общественный резонанс и широкое распространение информации, придавая региональным действиям федеральный масштаб. Однако высокий интерес к теме экологии и значительная вовлеченность пользователей в экологические сообщества автоматически не приводят к интенсивным действиям. Социальные медиа обеспечили общественную известность акций, но не обеспечили массовое участие из-за пассивности пользователей. Участие в экологических акциях протеста принимали, прежде всего, общественно активные, возмущенные местные жители, чьи интересы были затронуты. В случае с «мусорными бунтами», конверсия, инверсия и конвекция активности в процессе политической мобилизации имели значение, но весьма на среднем ограниченном уровне.

«Telegram-революция», Беларусь, 2020-2021 годы

Ситуация. Протестные выступления стали проявлением назревшего системного кризиса «белорусской модели», вызванного политическими факторами внутреннего развития и внешних отношений, социально-экономическими проблемами [264]. Массовые акции протеста в Республике Беларусь проходили по сценарию очередной «цветной революции» в преддверии ключевых выборов президента. Первые акции протеста произошли на этапе выдвижения кандидатов в мае 2020 года, когда ряд оппозиционных активистов были задержаны за участие в несанкционированных выступлениях против действующего президента А. Лукашенко, заявившего о намерении выдвигаться на шестой срок. В белорусском случае лидером оппозиции стала кандидат в президенты С. Тихановская, после ее выдворения из страны место лидера протеста заняла представитель ее штаба М. Колесникова, которая вскоре была арестована за организацию беспорядков. Протесты в Беларуси были вызваны несогласием оппозиции с результатами уверенной победы на выборах действующего президента А. Лукашенко в августе 2020 года. Результаты выборов президента страны оппозиция и страны «коллективного запада» признали сфальсифицированными. Пролонгированный интерес к акциям протеста поддерживался путем проведения серии митингов,

вовлечения новых групп и переходу протестующих к захвату физического пространства. Политический режим в Беларуси, несмотря на беспрецедентный размах выступлений, организованных оппозицией, и внешнего давления, оказываемого странами «коллективного запада», оказался устойчивым к вызовам дестабилизации, реализуя властные полномочия, используя ресурсные возможности и мобилизуя сторонников в свою поддержку.

Масштаб. Кампания протестов началась 24 мая 2020 года, когда около 100 участников выступили в Минске против решения действующего президента А. Лукашенко баллотироваться на предстоящих выборах на новый срок. 27 мая по городам страны прошли немногочисленные марши протеста, в ходе которых произошли столкновения с полицией. 30 июля в Минске состоялся согласованный властью митинг кандидата в президенты С. Тихановской, в котором по оценкам оппозиции приняло участие 63-70 тыс. человек, а, по официальной оценке, 18 тыс. человек. 6 августа на улицы Минска вышли около 5 тыс. сторонников оппозиции с призывом провести свободные и справедливые выборы. После обнародования предварительных результатов в ночь с 9 на 10 августа оппозиция, потерпев поражение на выборах, стала возводить баррикады, провоцируя власти на силовые действия по наведению общественного порядка. С 11 августа на ряде государственных предприятий сторонники оппозиции инициировали забастовки, выдвигая требования пересмотра результатов выборов и освобождения задержанных. 16 августа по стране прокатились массовые акции протеста, в которых в общей сложности приняли участие около 1 млн человек. По разным данным, в этот день в акциях протеста в Минске приняли участие 200-400 тыс. граждан. Последующая массовая акция 23 августа, названная «Марш за новую Беларусь», по данным оппозиции, собрала в Минске 250 тыс., по официальным данным, около 20 тыс. человек. 8 сентября президент А. Лукашенко объявил о планах изменения конституции и последующих новых выборов, что несколько снизило общественную напряженность, нагнетаемую оппозицией. По данным оппозиции, 25 октября в акциях протеста на улицах Минска участвовали около 150 тыс. граждан [417]. В феврале 2021 года лидер оппозиции С. Тихановская призвала мобилизовать сторонников и возобновить проведение массовых акций протеста в виде множества локальных выступлений. Однако для начала второй волны массовых акций протеста 25 марта у оппозиции оказалось недостаточно ресурсов, число сторонников значительной сократилось.

Роль социальных сетей. По данным DataReportal, в начале 2020 года охват Интернетом населения Беларуси составлял 79%, а охват социальными медиа 41%. В Беларуси в 2020 году в информационном потоке протеста в социальных сетях

изначально абсолютно доминировали конвенциональные сообщения. Продвижение в социальных сетях привлекательного для пользователей «мирного протеста» позволяло распространять информацию и формировать повестку среди широкой аудитории, масштабируя сообщества сторонников. На следующем этапе политической мобилизации происходит радикализация протеста, массовая активность преобразуется в неконвенциональные действия. Основным технологическим приемом закрепления протестных установок в социальных сетях стало ценностное подчинение, выраженное в эмоциональном провозглашении требований, апеллирующих к мировым стандартам, универсальным правилам и европейским ценностям. Пользователи должны согласиться с такой позицией, так как она носит «всеобщий» характер. Важнейшим требованием стала «защита прав человека», которое стало главным содержательным посылом протестных акций [374].

Выделенные этапы соотносятся с Интернет-кампанией оппозиции, которая на каждом из них решала определенные задачи. На начальном этапе в мае-июне 2020 года происходила мобилизация «виртуальной толпы», на этапе подготовки в июле 2020 года происходило ее превращение в организованную структуру, способную вывести сторонников на улицы. На этапе эскалации в августе 2020 года происходит массовая конверсия протестных действий на улицах городов. Массовые акции запустили механизм инверсии, который способствовал расширению числа сторонников и значительному увеличению участников протеста. В результате работы в социальных сетях и применения технологий протестной мобилизации онлайн оппозиции удалось сформировать «виртуальную недовольную толпу», что впоследствии позволило модераторам протеста выводить людей на улицы и оказывать организованное сопротивление органам правопорядка [323].

Впечатляющий масштаб общенациональной мобилизации в течение первой недели протестов «Беларусь 2020» обеспечили организованные оппозицией социальные сети, которые стимулировали мобилизацию на местах, облегчая общение, координацию и вовлечение, побуждая людей быть готовыми к совместным действиям. Политическая мобилизация не была сосредоточена в каком-то конкретном регионе или сгруппирована вокруг столицы Минска, а проходила более чем в 100 населенных пунктах. Социальные сети оппозиции сыграли значительную роль в стимулировании раннего, географически рассредоточенного протеста [539]. Организацией протеста были заняты в большей части неформальные лидеры, которые производят модерацию контента и координацию массовых действий. Источниками информации для протестующих больше выступают независимые СМИ и платформы социальных сетей [554].

Ключевой платформой социальных медиа, которая была использована для политической мобилизации сторонников оппозиции, стал мессенджер Telegram. Как отмечают исследователи, эффективность и практики Telegram побудили граждан Беларуси сформировать эмоциональные связи с платформой, воспринимая социальную сеть как союзника в своей борьбе против повсеместных репрессий и цифровой цензуры. Платформа Telegram обеспечила доступ сторонников оппозиции к информации и предоставила возможность создания организованных сообществ. В то же время белорусское государство использовало неприятие Telegram цензуры и предпочтение ограниченной модерации контента как возможность вмешаться в спорную политику, имитируя низовые гражданские действия в свою поддержку и применяя манипулятивные механизмы воздействия [590]. По мнению исследователей, Беларусь представляет собой случай неожиданной и длительной массовой мобилизации, в которой авторитарному лидеру удалось контролировать политическую ситуацию, опираясь на службы государственной безопасности и внешнюю поддержку России [552].

Ключевой коммуникативной площадкой для формирования информационной повестки оппозиции и координации протестных действий стал Telegram-канал «NEXTA Live», собравший аудиторию более 2 млн подписчиков на самом пике протестных действий. Сообщество подписчиков «NEXTA Live», потребляя оппозиционный контент, образовало масштабную информационную капсулу для политической мобилизации, формируя протестные установки и создавая тенденциозное восприятие политического противостояния. При этом информационное влияние данного канала не ограничивалось аудиторией подписчиков, так как канал обладал высоким индексом цитирования на платформе социального медиа. Контент-анализ Telegram-канала «NEXTA Live» выявил основные тематики сообщений, которые были направлены на дискредитацию президента А. Лукашенко и делегитимацию президентских выборов, координацию сторонников для участия в митингах, оперативное освещение акций протеста и демонстрацию поддержки сопротивления в зарубежных странах. Telegram-канал «NeXTA Live» обеспечил позиционирование С. Тихановской в качестве главного оппозиционного кандидата, оппонирующего «последнему диктатору Европы». Применение онлайн-технологий политической мобилизации позволили ей в течение месяца стать лидером протеста, консолидирующей оппозиционные силы. Ключевой информационный ресурс Telegram-канал «NeXTA Live» за 3 месяца мобилизовал сторонников оппозиции для участия в продолжительных и масштабных протестных действиях, оказывая на улицах городов организованное сопротивление силовому противодействию органов правопорядка [323].

Вначале протесты носили преимущественно мирный характер, в социальных сетях транслировались призывы воздерживаться от насильственной борьбы. Эскалация ситуации произошла из-за силового подавления властями акций протеста, запустившего механизм инверсии политической мобилизации. Разветвленная структура агитирующих активистов в сообществах социальных медиа стала продвигать контент, демонстрирующий факты применения насилия, которые репостами широко распространились по социальным сетям, провоцируя социальный взрыв. Возмущенная публика стала собираться во все более связанных сообществах, которые мобилизуются для конверсии в новые уличные акции протеста [266].

Таким образом, протесты в Беларуси 2020-2021 годов стали показательным случаем политической мобилизации в социальных медиа, прежде все, посредством мессенджера Телеграм. В данном случае в процессе протестной мобилизации проявились сильная конвекция в социальных сетях, обеспечившая привлечение широкого круга сторонников, сильной конверсии, позволившей организовать проведение масштабных акций протеста, и сильная инверсия, приведшая к череде массовых выступлений. При ограниченных возможностях доступа к СМИ каналы коммуникации белорусской оппозиции и организации протестов были сосредоточены на платформах социальных медиа. Сформированные оппозицией социальные сети на цифровых платформах стали ключевым фактором политической мобилизации, обеспечившим быстрое разворачивание протестных акций. Онлайн-технологии политической мобилизации показали эффективность в организации сетевой структуры вовлечения и организации сторонников оппозиции посредством делегитимации выборов. Технологии политической мобилизации онлайн для протестных действий показали свою высокую эффективность.

Проведение сравнительного анализа рассмотренных кейсов позволяет выявить ряд характерных особенностей. В числе параметров отмечены повод и причины событий, показатели экономического роста, длительность периода действий, численность наиболее массовой акции, охват социальными медиа населения, выраженность конвекции, конверсии и инверсии при взаимодействии пользователей, генерирующие информационные потоки. Показатели экономического роста за текущий и предшествующий год событий влияют на динамику уровня жизни, который обуславливает социальное недовольство. Длительность кампаний «гражданских действий» указывает на общественный интерес к проблеме и наличие ресурсных возможностей у ведущих акторов. Численность самой массовой акции указывает на возможную силу конверсии и/или инверсии политической мобилизации в социальных сетях. Доля пользователей

социальных медиа указывает на размер пространства цифровых коммуникаций. Анализ исследований позволил соотнести условные силы конвекции, конверсии и инверсии политической мобилизации в социальных медиа. Сводные результаты анализа представлены в таблице 127.

Таблица 127 – Общая характеристика межстрановых кейсов политической мобилизации онлайн для совместных действий в офлайн-пространстве

Событие (кейс)	Повод / причины	Рост ВВП	Период	Максимальная численность акции	Доля пользователей соцмедиа	Онлайн-конвекция	Конверсия офлайн	Инверсия онлайн
1	2	3	4	5	6	7	8	9
«Арабская весна» Египет	Бедность, коррупция, молодое население, поджог протестантов самих себя	2010 г. +5,1%; 2011 г. +1,8%	25.01-04.02. 2011	01.02.2011 Каир, пл. Тахрир, 1 млн	18%	слабая	слабая	средняя
Движение возмущенных Испания	Региональные выборы / режим бюджетной экономии, безработица, падение уровня жизни	2010 г. +0,2%; 2011 г. -0,8%	15.05-15.10. 2011	15.10.2011 Мадрид, 500 тыс.	48%	средняя	сильная	средняя
Движение «Захвати Уолл-стрит» США	Протест против общества потребления / последствия экономического кризиса, неприятие поддержки банков	2010 г. +2,7%; 2011 г. +1,8%	17.09. 2011-17.09. 2012	17.11.2011 Нью-Йорк, 30 тыс.	50%	слабая	слабая	слабая
Движение «За честные выборы» Россия	Федеральные выборы / перестановки элиты, коррупция, внешнее влияние	2010 г. +4,5%; 2011 г. +5,0%	01.12. 2011-15.12. 2012	10.12.2011 Москва, 85-150 тыс.	43%	сильная	средняя	средняя
«Революция зонтиков» КНР (Гонконг)	Изменение системы выборов администрации Гонконга / особый статус административного района, внешнее явление	2013 г. +3,1%; 2014 г. +2,8%	26.09-15.12. 2014	28.09.2014 Гонконг, 100 тыс.	70%	средняя	средняя	средняя

Продолжение таблицы 127

1	2	3	4	5	6	7	8	9
«Мусорные бунты» Россия	Открытие полигонов отходов / рост объемов мусора, отсутствие технологий переработки отходов	2017 г. +1,8% 2018 г. +2,8%	1 апреля 2018 г. – 02.06. 2020	24.02.2019 Архангельская область, Северодвинск, более 10 тыс.	49%	средняя	слабая	слабая
«Телеграм-революция» Беларусь	«Фальсификация» выборов президента / «долгое правление», внешнее давление	2019 г. +1,2%; 2020 г. -0,9%	24.05. 2020- 25.03. 2021	16.08.2020г. Минск, около 300 тыс.	41%	сильная	сильная	сильная

Источник: составлено автором.

В завершении *параграфа 5.2* следует сделать следующий вывод. Рассмотренные кейсы показали различные возможности политической мобилизации в социальных медиа для организации совместных действий в физическом пространстве. Политическая мобилизация в социальных медиа носит выраженный протестный характер, так как цифровые коммуникации в отсутствии жесткого контроля со стороны власти стали использоваться оппозицией в качестве альтернативных источников информации для взаимодействия сторонников. В большинстве случаев поводом для политической мобилизации были выборы, что указывает на инструментальное значение цифровых коммуникаций для рекрутинга сторонников и организации совместных действий в период открытия «окна возможностей». Во всех отмеченных случаях событиям предшествовал рост ВВП, поэтому не следует считать экономический кризис ключевой причиной социального недовольства. В большинстве случаев события укладывались в короткий временной период нескольких месяцев, в отдельных случаях, таких как в России, растягивались на период более года. Большая длительность череды протестных выступлений, составляющих политическую кампанию, указывает на относительную «мягкость» режима и наличие значительных ресурсных возможностей у оппозиции. Численность наиболее масштабных акций протеста не соответствует охвату населения социальных медиа, что выявляет отсутствие цифровой детерминации протестных действий. Рассмотренные кейсы на основе исследований выявляют преимущественно среднее значение конвекции, смешанное значение конверсии и преобладающее среднее значение инверсии в политической мобилизации в социальных медиа.

5.3 Технологии политической онлайн-мобилизации совместных офлайн-действий

Современные исследования. После событий «арабской весны» и протестов «рассерженных горожан» на фоне выборов в Государственную Думу в декабре 2011 года социальные сети в научном дискурсе стали рассматриваться в качестве основной платформы политической мобилизации уличных протестных действий. Мобилизационные возможности социальных сетей преобразуют процессы коммуникации между властью и обществом [428]. В целом ряде научных исследований политическая мобилизация в виртуальном пространстве для последующих совместных действий в физическом пространстве рассматривается как технологический процесс конструирования событий, имитирующий стихийное движение возмущенных «народных масс». Для раскрытия произошедших событий исследователи использовали, прежде всего, концепции относительной депривации, ресурсной мобилизации и социального конструктивизма. Средствами политической мобилизации обозначаются формирование групповой идентичности, возникновение общего психологического состояния недовольства, которые выливаются в масштабные движения и радикальные действия. В ряде случаев мобилизация сторонников выступает этапом политической кампании, в которой акторы используют технологические приемы и задействуют ресурсные возможности.

Интернет-пространство формирует новую логику общественного взаимодействия, что сказывается на протестной активности и на способах выражения социального недовольства. Так Ф. Говард и М. Хуссейн в аспекте влияния социальных медиа на протестную активность в событиях «арабской весны» выделяют шесть фаз политической мобилизации. В первой фазе подготовки активисты посредством цифровых коммуникаций образуют сообщество, обсуждая общие позиции и определяя цели действий. Во второй фазе триггеры, получившие широкое освещение в Интернете, провоцируют распространение недовольства среди пользователей социальных медиа. В третьей фазе активисты посредством сетевого взаимодействия выводят сторонников на уличные протесты. В четвертой фазе массовых выступлений иностранные правительства, используя международные организации и информационные агентства, призывают власти к сдержанности в применении насилия. В пятой фазе разворачивается информационное противостояние между властью, отстаивающей стабильное развитие, и оппозицией, продвигающей революционный дискурс, в борьбе за интерпретацию событий в сознании народных масс. В шестой фазе при достижении внушительного размаха

протеста в патовой для власти ситуации, когда силовое подавление акций может повлечь значительные издержки, происходит развязка [515].

Согласно М. Кастельсу, целенаправленные общественные интеракции в социальных сетях образуют публичное пространство, в котором идеи и ценности формируются, передаются, поддерживаются и отвергаются, в котором реализуются действия и противодействия. Мобилизация конституирует практики сопротивления путем объединения сетей индивидов, которые присоединяются к движению в определенное время и в определенном месте. Поскольку мобильные телефоны дают людям возможность постоянно быть подключенными к сети всегда и везде, вспышки гнева на индивидуальном уровне обладают потенциалом развития мятежных сообществ через мгновенное присоединение к совместным действиям множества людей. При таких культурных и технологических условиях социальные вспышки сопротивления не нуждаются в лидерах и стратегиях, поскольку любой человек может поделиться своим гневом [67].

Следуя идеологии «освобождения народов» посредством цифровых коммуникаций, М. Кастельс полагает, что сетевые общественные движения впервые распространились в арабском мире, столкнувшись «с кровавым насилием диктатур». Затем сетевые движения возмущенных граждан показали свою силу в ряде стран Европы и США, протестуя против проводимой властью экономической политики в финансовых интересах элиты. Социальные движения образуются посредством месседжей, вызывающих чувства печали, гнева и надежды и распространяемых в свободном публичном пространстве Интернета. Люди формируют сети независимо от личных взглядов или организационных привязанностей, соединяются между собой, испытывая общие эмоции. Совершая совместные действия, люди преодолевают страх перед властью, использующей для контроля над обществом социальное принуждение или институциональное насилие. Социальные сети Интернета создают автономное пространство коммуникаций, которое не контролируется властью и СМИ, монополизировавшими информационные каналы.

Однако поскольку институциональное публичное пространство занято интересами доминирующих элит и их сетей, социальным движениям необходимо создать новое публичное пространство, которое не ограничивается Интернетом, формируя свободные сообщества в городском пространстве. В современном обществе публичное пространство действий социальных движений конструируется как гибридное пространство между социальными сетями Интернета и захваченным городским пространством. Совмещение киберпространства и городского пространства происходит при практическом взаимодействии сообществ. Новое публичное сетевое пространство между цифровым пространством и городским

пространством является автономным пространством взаимодействия, что позволяет социальным движениям формироваться вне контроля власти над массовыми коммуникациями.

Разрыв с действующими политическими институтами и акторами, стремящимися к политическим и ценностным изменениям, характеризуется М. Кастельсом как повстанческая политика. Из безопасного цифрового пространства люди выдвигаются в городские пространства, где встречают силовое противодействие власти. Многогранный бунт вызывает не столько экономический кризис, бедность, несправедливость и отсутствие демократии, сколько унижение, цинизм и высокомерие власти. В результате страх превращается в возмущение, а возмущение в надежду на перемены к лучшему. Общественные движения в объединенном сетями Интернет-мире расширяются путем быстрого заражения, распространяя подобно вирусам образы и идеи. Оккупированные пространства обычно заряжены символической силой вторжения в пределы государственной власти. Собирая сообщество в символическом месте, социальные движения создают публичное пространство обсуждения, которое преобразуется в политическое пространство совместных действий граждан, стремящих восстановить поправные права и представительство во власти. В результате политические институты, подчиненные интересам и ценностями власти, подвергаются обновлению [141].

В свою очередь П. Гербаудо, следуя концепции социального конструктивизма, рассматривает социальные медиа не как альтернативное виртуальное или киберпространство действий, а как дополнение к существующим формам физического взаимодействия. Социальные сети используются для символического конструирования публичного пространства, в котором происходят эмоциональные «постановки сцены» и координация участников. Социальные сети позволяют направлять людей на участие в акциях протеста, распространяя предложения и инструкции о возможных действиях, а также эмоциональные повествования для формирования объединения в публичном пространстве. Сообщения активистов в социальных сетях способствуют созданию чувства социальной значимости «захвата площадей», которые в общественном представлении превращаются в трендовые места или места притяжения с большой силой эмоциональной привлечения. Социальные сети стали проводниками эмоций для воссоздания чувства единства среди разрозненного в пространстве сообщества, чтобы облегчить его физическое объединение в публичном пространстве.

Социальные медиа важны в качестве средства, облегчающего взаимодействие между людьми. Абстрактные дискуссионные сессии на Интернет-форумах не захватывают общественное воображение так, как протестные марши, демонстрации,

собрания, лагеря и сидячие забастовки. Интернет-коммуникации создают лишь новое представление о публичном пространстве, изменяя способы организации уличных протестных действий, но не заменяют его виртуальным пространством. Цифровые активисты используют платформы социальных сетей для создания эмоционального напряжения, соединяя разрозненные и индивидуализированные взаимодействия пользователей. Общение в социальных сетях создает заразительное чувство предвкушения массовых протестных действий, эмоциональный импульс для привлечения сторонников, чтобы поддержать участие после перехода движения в публичное пространство [159].

Российские исследователи в аспекте политической мобилизации в социальных сетях обоснованно отмечают интеграцию виртуального и реального миров. При этом мобилизацию, происходящую в реальном и виртуальном мирах, предлагается разграничить, рассматривая как протекание различных по своей природе процессов в двух разных средах [300]. Однако мобилизация односторонне трактуется как спровоцированное действие, а не как готовность к действию. Между тем при формировании гибридной среды коммуникаций границы повседневности и виртуальности стираются, виртуальность становится повседневной, а повседневность виртуальной. В современном мире рассматривать процессы мобилизации отдельно в повседневности и виртуальности представляется непродуктивным, напротив, следует рассматривать взаимное влияние и обусловленность между ними.

А.В. Курочкин полагает, что тема применения социальных сетей для политической мобилизации связана с чрезмерной актуализацией рекламируемого успеха череды свержений в 2010–2011 годах авторитарных режимов в ряде стран Северной Африки и Ближнего Востока, а также разразившихся в 2011–2012 годах протестных акций в России после федеральных выборов. Исследователь различает технологии политической и гражданской мобилизации. Технологии политической мобилизации направлены на передел политического поля, изменяя соотношение сил и состав элиты, а также навязывая свою идеологию. Гражданская мобилизация направлена на объединение индивидов и социальных групп для решения значимых общественных проблем. Особые риски для политических режимов создает направленная политическая мобилизация в социальных сетях, которая состоит в организации внешнего воздействия посредством Интернет-ресурсов. Госдепартамент США, финансируя грантовые программы НКО, создает сетевые ресурсы кибердиссидентов, проводит обучение блогеров, внедряет специальное программное обеспечение, формируя широкую сетевую структуру «цифровых активистов» для организации уличных акций протеста. При направленной

политической мобилизации в социальных сетях используются манипулятивные технологии. Направленная политическая мобилизация в социальных сетях эффективно решает деструктивные задачи по дестабилизации политической системы, дискредитации действующей власти и свержению политических режимов, но оказывается неэффективной для созидательной консолидации общества для решения национальных задач и реализации программ развития. Направленная внешними модераторами политическая мобилизация протеста в социальных сетях приводит к тяжелым последствиям для стран, вступающих в полосу политического хаоса, гражданских войн и военных интервенций [344].

В представлении исследователей Интернет-коммуникации стали «несущим стержнем» протестных акций, обуславливая время, формы, стимулы и итоги их проведения. Механика протестной мобилизации состоит в распространении информации в социальных сетях, которая инициирует создание сообществ единомышленников в доступных форматах сервисов цифровых платформ. В определенный момент заряженные протестующие переходят из режима онлайн-активности в режим реальной офлайн-видимости. В пространстве офлайн возникает эмоциональная солидаризация участников протеста в ходе совместных действий. Анализ дискурса протестных сообществ в социальных сетях показывал, что потребность личности в действии возникает при эмоциональной реакции, вызывающей ощущение разрушения картины мира, переживание гнева, обмана и дискомфорта. Участников протестных акций объединяет не столько политическая программа и стратегия действий, сколько общие эмоции возмущения и солидарности против власти. Интенсивный обмен в социальных сетях эмоциями, мнениями и аргументами в интерактивном режиме приводит к протестной мобилизации. Сильное эмоциональное присоединение к протесту создает в ближнем кругу представление о значимом событии, запуская механизм мобилизации в социальных сетях. Индикатором вовлеченности в протестную активность выступает наличие и распространение соответствующего контента в виртуальных сообществах. После проведения акции офлайн в онлайн-пространстве происходит массовое распространение визуального контента, сопровождаемое оживленным обсуждением «исторического события» и обменом эмоциями, выражающими чувства наслаждения солидарными действиями. Политическая мобилизация участников протестных акций происходит посредством сетевых сообществ, которые вовлекают изначально неполитизированных сторонников, подражающим авторитетным лицам референтных групп [287].

Г.С. Мельник рассматривает социальные сети как тактические медиа, которые нацелены на развитие революционного потенциала, формирование протестных

установок, провоцирование деструктивного поведения, функционируя по модели «сопротивления и несогласия». Тактические медиа распространяют сообщения, привлекают внимание пользователей, превращают информацию в протестные действия, ставят импровизированный спектакль, привлекают к участию в политическом представлении, которое происходит в реальном времени на «оккупированном» пространстве улиц и площадей. Социальные медиа позволяют организовывать массовые акции и распространять информацию о ее проведении среди множества пользователей Интернета. Они создали возможность оперативно мобилизовывать массы для участия в масштабных политических акциях, тиражируя опыт по регионам мира.

Распространение различного контента создает впечатление у сторонних пользователей о широкой массовости акций протеста, формируя оппозиционную солидарность. Посредством распространения дискредитирующей информации социальные медиа формируют образ некомпетентной, коррумпированной и антинародной власти. Технологии организации протеста в зависимости от поставленной цели способствуют как активизации и сплочению социальных групп, так и снижению социальной активности, дестабилизации и дезорганизации общества, реализуя различные стратегии мобилизации: консенсусных действий, «фокусированных агрессий», «диффузного протеста» и жесткой конфронтации. Тактические медиа приобретают особое значение при перехвате власти, становясь неотъемлемой частью масштабной акции протеста. В ходе протестных действий социальные медиа становятся источником альтернативной информации для общественности и средством политической мобилизации сторонников. Социальные медиа стали каналом оперативной информации и ресурсом организации протестных действий.

Социальные сети обеспечивают охват большой аудитории и создают возможности постановки срежиссированных спектаклей по сценарию политической мобилизации, обостряя социальные, национальные и идеологические противоречия в обществе. Тактические медиа придают акциям смысл важного события, продвигая месседжи «несправедливости и тирании власти», навешивая ярлыки «ненастной диктатуры», привлекают новых сторонников и призывают к совместным действиям против «кровавого режима». Для создания мобилизующих образов в социальных медиа используются средства внушающего воздействия, такие как символический язык метафор, выразительный цвет и характерные движения, создающие общее эмоциональное состояние и ощущение единения. Социальные медиа направлены на организацию протестных сообществ для решения оперативных задач и совершения деструктивных действий [355].

А.В. Манойло механизм инверсии политической мобилизации усматривает в сценарии цветных революций, который состоит из пяти основных актов. В первом акте происходит формирование протестного движения в виде сетевой структуры конспиративных ячеек активистов, прошедших специальное обучение технологиям переворотов под маркой демократизации. Во втором акте подготовленные сети активистов создают резонирующее событие, выступающее предметом общественного обсуждения и интерпретацией, провоцируя всеобщее возбуждение. В третьем акте активисты на фоне общественного недовольства вовлекают обеспокоенных и возмущенных сторонников, многие из которых впадают в состояния паники и истерии, через мобильную связь и социальные медиа в протестные действия на улицах городов. В четвертом акте, как правило, на центральной площади столицы образуется объединенная ненавистью к режиму и опознавательными символами политическая толпа, которая управляется посредством технологий воздействия на подсознание и материально обеспеченной сетевой структурой. В пятом акте представители толпы, собранной на площади, выдвигают требования к действующей власти под угрозой применения силы массовых беспорядков и личного уничтожения, реализуя истинный замысел организованного мятежа [352].

Анализ больших данных, генерируемых пользователями социальных сетей, открыл возможности определения сложных динамических эффектов, связанных с массовыми акциями и социальными движениями. Исследования общественных движений в США, Испании и на Украине показали, что платформы социальных медиа Facebook и Twitter оказывают сильное влияние на политическое участие и благоприятствуют распространению протестного поведения. Социальные медиа способствуют обмену информацией необходимой для координации протестных действий, в частности о транспорте, явке, полиции, насилии, медицинской помощи и юридических услугах. Социальные медиа позволяют оперативно и широко распространять эмоциональные и мотивационные сообщения, передающие моральное негодование, ощущение несправедливости, чувство унижения, социальную идентификацию, групповую эффективность и идейное содержание. Структурные характеристики социальных сетей могут отличаться в зависимости от контекстуальных факторов, таких как политическая идеология, которые имеют важные последствия для распространения информации и успеха или провала организационных усилий [519].

Широкое проникновение социальных сетей влияет на восприятие качества власти и снижает затраты на координацию действий. Если содержание контента социальных сетей негативно по отношению к режиму, то оба эффекта работают

в одном направлении, увеличивая участие в протестах. Повышение интенсивности использования социальных сетей приводит к более массовому участию в протестах. Если протесты проходят после, то количество участников достигнет определенного порогового уровня масштабной акции. При достижении определенного порогового уровня накопления критической массы сторонников в социальных сетях происходит рост числа и/или масштаба протестов. Если контент социальных сетей позитивный, две силы действуют в противоположных направлениях, и общий эффект будет зависеть от относительной важности информации о качестве режима по сравнению с тактической координацией [496].

Социальные медиа способствуют созданию сетевых структур для формирования коллективных целей и идентичностей, которые могут аккумулировать и концентрировать протестный потенциал для последующих уличных действий [254]. Масштабная аудитория протеста формируется посредством технологии «воронки вовлеченности», когда в начале производится *«разогрев» общественности* с формированием социального недовольства и негативного отношения к власти; затем следует *стереотипизация образов*, замещающих разрушенные представления новой картиной мира, далее происходит *политическая мобилизация*, состоящая в формировании готовности участвовать в совместных акциях; в завершении цикла производится *конверсия активности*, переводящая онлайн-энергию сообществ в совместные действия офлайн [374]. Общая схема представлена на рисунке 42.

Исследователи в структуре информационного потока, направленного на протестную мобилизацию в социальных сетях, выделяют несколько этапов. На первом этапе происходит *информирование* пользователей в крупных сетевых сообществах с широкой тематикой обсуждения. На втором этапе оппозиционные ресурсы и иностранные агенты посредством направленного распространения общественно-политических сообщений проводят *вовлечение* проявивших интерес пользователей в более узкие тематические сообщества. На третьем этапе координаторы производят *активизацию* мобилизованных сторонников определенных сегментов аудитории, конвертируя онлайн-участие в офлайн-действия. На четвертом этапе организаторы направляют усилия на удержание проявивших себя активистов, создавая закрытые мобильные группы в мессенджерах для подготовки микро-лидеров и модераторов сообществ. Различие между уровнями протестной мобилизации в социальных сетях состоит в репрезентации лидеров мнений и плотности связей в сообществах. Масштаб сетевых сообществ прямо пропорционален числу лидеров мнений и обратно пропорционален плотности

связей между пользователями, что является результатом администрирования и модерирования групп организаторами протестных действий [268].



Источник: составлено автором.

Рисунок 42 – Этапы мобилизации протестной активности в социальных медиа в формате конверсионной модели

В качестве эмпирического подтверждения описанной модели представляются отдельные результаты исследований процессов конвертации протестной активности граждан из онлайн- в офлайн-пространство. В первую очередь используются результаты автоматизированного социально-медийного анализа информационных потоков, демонстрирующих характерные для представленной в работе конверсионной модели динамические и структурные показатели в различных этапах ее реализации, а также результаты дискурсивного анализа информационных материалов и конкретных цифровых практик, направленных на конвертацию гражданской активности, свидетельствующих о разнообразии применяемых технологий воздействия на Интернет-пользователей с целью поэтапного осуществления подобной конверсии. Эмпирические примеры реализации конверсии охватывают несколько кейсов, в том числе описанных ранее: массовые протестные акции в Беларуси в августе-октябре 2020 года, протестные акции против объявления частичной мобилизации в Республике Дагестан (Россия) в сентябре-октябре 2022 года, а также антисемитские протестные акции в данном субъекте спустя год, в октябре 2023 года.

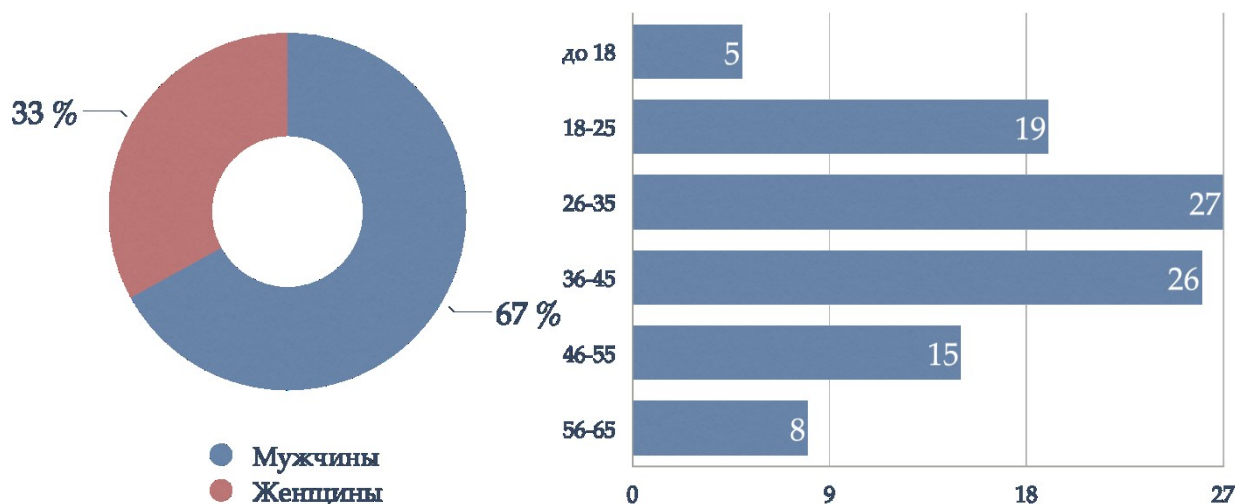
Республика Беларусь (2020 год). Массовые протестные акции в Беларуси, активизировавшиеся в августе 2020 года после подведения итогов очередных президентских выборов, являются ярким примером использования цифровых платформ для мобилизации протеста и конверсии протестной активности на улицы городов с целью дестабилизации и «слома» политической системы. Характерным в этом случае является использование электорального контекста как триггерного для мгновенного запуска конверсионной воронки. Анализ динамики белорусских информационных потоков показал активное использование социальных медиа обеими сторонами. В начале протестных акций наблюдается доминирование оппозиционного информационного потока, связанного с непризнанием результатов президентских выборов, началом гражданских акций с массовыми задержаниями и применением спецсредств, выездом из страны формальных лидеров протеста и формированием оппозиционного Координационного совета. При этом проседание информационных потоков в середине августа связано с отключениями Интернета в Беларуси. С конца августа и до конца октября информационные потоки обеих сторон стабильны, увеличиваясь на короткие сроки в связи с яркими внутриполитическими событиями (студенческие протесты, марш справедливости, инаугурация Александра Лукашенко, задержания отдельных оппозиционных активистов, выдвижение «ультиматума» оппозицией). Динамика информационных потоков в белорусском сегменте социальных медиа в рассматриваемый период представлена на рисунке 43.



Источник: составлено автором.

Рисунок 43 – Динамика информационных потоков (число уникальных публикаций) в белорусском сегменте социальных медиа провластной и оппозиционной направленности, август-октябрь 2020 года

Показательным является сокращение протестного потока и его сближение с провластным по объему к концу октября, что соответствовало сокращению числа уличных акций и сходу протестной повестки в стране. В целом по рассматриваемому периоду оппозиционный поток составляет 64% от общего объема выгруженных сообщений, провластный только 37%. Белорусской оппозиции удалось в кратчайший период сформировать в информационном пространстве иллюзию массовой «народной» поддержки с использованием социальных медиа и мессенджеров, сконструировать и укрепить образ «борцов с тоталитарным режимом» и «защитников демократии», а также убедить значительную часть национальной Интернет-аудитории в необходимости поддержки их инициатив, ключевой формой которых является непосредственное участие в уличных акциях. Указанные половозрастные распределения указаны на рисунке 44.



Источник: составлено автором.

Рисунок 44 – Половозрастные характеристики пользователей социальных медиа, вовлеченных в протестные информационные потоки в Беларуси в августе 2020 года, в процентах

Количественный анализ протестного контента, распространяемого в белорусском оппозиционном сегменте социальных медиа непосредственно в момент старта массовых протестных акций и складывания обновленного протестного движения на основе несогласия с результатами президентской кампании, позволили выделить следующие черты протеста, значимые для дальнейшей конвертации цифровой активности в офлайн-пространство. В первую очередь, молодые работающие мужчины (возрастные группы 26-35 лет, 36-45 лет) составляли на начальном этапе в августе 2020 года основу социально-демографического профиля аудитории протестных информационных потоков. Происходило взросление

протестной аудитории, отличавшее события от предыдущих аналогичных движений в республике, имевших место в 2010-х годах. Указанное обстоятельство свидетельствует об активном использовании не только политических дискурсов, связанных с электоральной повесткой, но и обширного круга социально-экономических проблем и вопросов, усложняющих работу государственных институтов с уже вовлеченными аудиториями и сужающих возможность переключения аудиторий на иную повестку. Примечателен и тот факт, что по мере развития протестных акций к сентябрю-октябрю соотношение мужской и женской аудитории приблизилось к равным значениям, но ее возрастное распределение сохранилось на уровне первых дней протестов. Детальный анализ наиболее популярных информационных материалов протестной направленности позволил определить темы, ставшие триггерами для активизации среди мужской и женской аудитории, а также среди пользователей младше и старше 35 лет. Соотношение представлено в следующей таблице 128.

Таблица 128 – Соотношение протестных триггеров и пола вовлеченных в протестные информационные потоки пользователей социальных медиа

В процентах

Протестные триггеры	Мужская аудитория	Женская аудитория
Силовое подавление протеста, задержания	16	44
Белорусский национализм	38	9
Несменяемость власти, нечестные выборы	33	14
Низкий уровень жизни, безработица и др.	8	27
Иная тематика	5	6

Источник: составлено автором.

Для мужчин ключевыми стали две группы триггеров: националистические (включая защиту белорусского языка, культуры, традиций и символов), политические (несменяемость власти, нарушения на выборах и др.). Для женщин – силовое подавление протеста и массовые задержания, жестокость правоохранительных органов. Данные различия связаны в том числе с особенностями протестного движения, символически возглавленного тремя женщинами (С. Тихановской, М. Колесниковой, В. Цепкало), каждая из которых связана с оппозиционным политиком («политическим заключенным» – лидером протестного движения), дальнейшей организацией женских маршей и идеей о ненасильственном характере протеста. Примеры соответствующего визуального

контента представлены на рисунке 45. Сочувствие к протестующим, осуждение действий правоохранителей и представителей власти стали решающими для конвертации гражданской активности, вовлечения массовой аудитории, в том числе ранее отстраненной от оппозиционного движения и политической жизни. Эмоциональные триггеры жертвенности и сострадания к жертвам протеста, задержанным и осужденным наиболее активно использовался оппозиционными силами для пролонгации массовых протестных акций, масштабирования протестной повестки и расширения стартового этапа конверсионной воронки.



Источник: составлено автором.

Рисунок 45 – Примеры визуального контента, ориентированного на женскую аудиторию в белорусских социальных медиа

Для молодых людей характерно преобладание политических триггеров, их в большей степени волновала несменяемость власти, отсутствие политической конкуренции и статичность политической системы, в меньшей степени социально-экономическое благополучие. Молодые люди менее зависимы от государства, в большей степени от собственных родителей. Крайне высоких показателей в наиболее острые для политической системы дни достигал показатель использования националистических триггеров среди белорусской молодежи. Применение корреляционного анализа позволило установить зависимость между националистическим характером публикаций, высокой степенью радикальности

контента (преимущественно призывы к участию в цифровых и уличных акциях, участию в национальной забастовке и иным формам сопротивления действующей власти) и реакцией пользователей в виде количественных показателей (лайков, репостов и комментариев), что обуславливает не только высокий интерес молодых пользователей к подобного рода публикаций, но и их явное одобрение. Нельзя недооценивать роль националистического фактора, в том числе уже среди сложившихся в цифровом пространстве групп пользователей и комьюнити закрытого типа, состоящих из белорусских националистов и активно участвующих в продвижении оппозиционной, а далее протестной повестки в социальных медиа за счет высокой управляемости, наличия собственных сетевых структур и высокой идеологизации своих рядов. Общее распределение триггеров представлено в таблице 129.

Таблица 129 – Соотношение протестных триггеров и пола вовлеченных в протестные информационные потоки пользователей социальных медиа

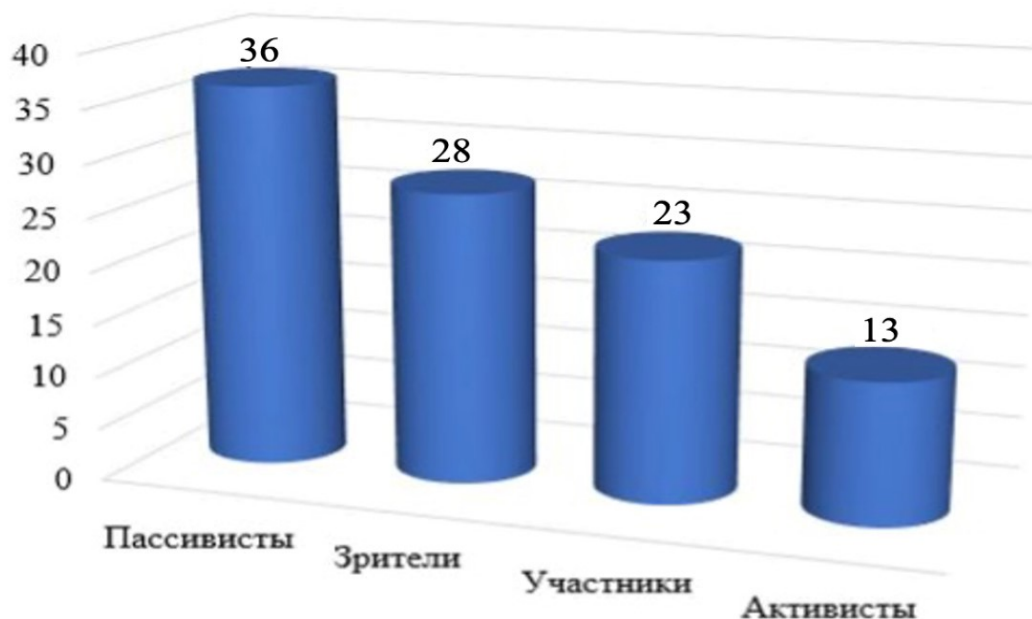
В процентах

Протестные триггеры	Распределение по возрастным группам					
	до 18 лет	18-25 лет	26-35 лет	36-45 лет	46-55 лет	56-65 лет
Силовое подавление протеста	22	24	22	30	34	36
Белорусский национализм	26	23	25	19	15	14
Несменяемость власти, нечестные выборы	40	37	31	24	19	15
Низкий уровень жизни, безработица	7	10	19	25	30	33

Источник: составлено автором.

На основе кластерного анализа методом k-средних (неиерархический кластерный анализ) были выделены четыре кластера пользователей: пассивисты, зрители, участники и активисты. Результаты кластерного анализа в целом соответствуют последним прикладным исследованиям, посвященным социальной базе современных протестов в цифровую эпоху. Результаты кластеризации представлены на рисунке 46. Однако даже такой показатель пользователей лидерского типа является критически значимым для мобилизации протеста в сети и влияющим на пролонгированный характер протестных акций в условиях непрерывной конверсии в офлайн-пространство и обратно. Переход пользователей в следующий кластер достигается при помощи использования различных манипулятивных технологий и действия классической воронки вовлечения, последовательной точечной работы с конкретными группами пользователей. Помимо уже упомянутой женской аудитории, наблюдались попытки точечной конверсии таких групп, как студенты крупных университетов, пенсионеры, лица с

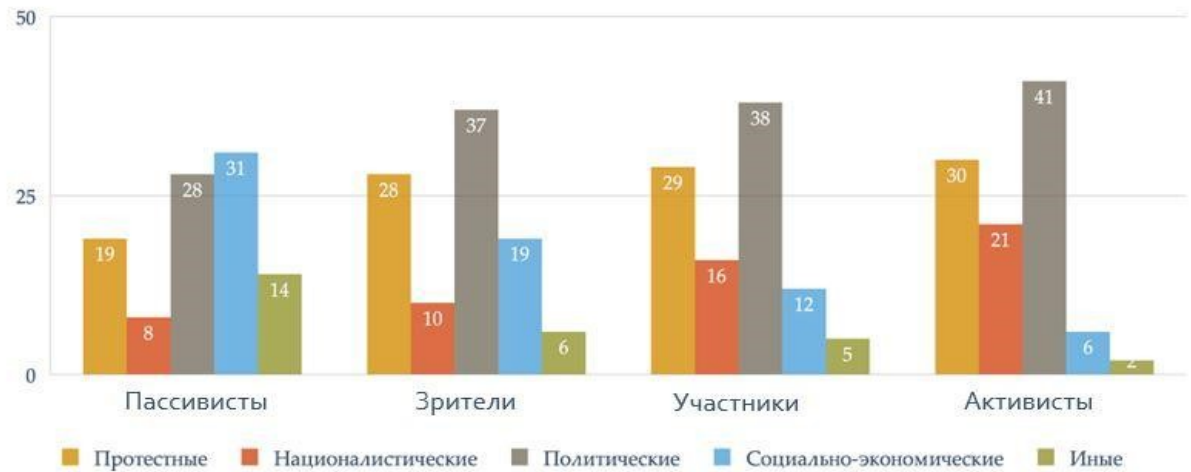
ограниченными возможностями здоровья, представители националистических сообществ. При этом большая часть представленных визуальных материалов либо напрямую отражает офлайн-пространство (фотографии с акций, плакаты, изображения и видеозаписи задержаний и действий правоохранительных органов), либо имитирует действия в реальном пространстве с использованием цифровой графики. Белорусский кейс является яркой демонстрацией действия инверсии, то есть обратного движения контента и информационных потоков из офлайн-среды в социальные медиа, усиливающей конверсии активности пользователей и темпы протестной мобилизации.



Источник: составлено автором.

Рисунок 46 – Кластеры пользователей социальных медиа, вовлеченных в протестный информационный поток по типу активности, в процентах

Дополнительным этапом стало сопоставление результатов кластеризации и анализа триггеров. Это позволило выявить ключевые характеристики каждого кластера. По мере увеличения роли в протестном движении усиливаются националистические и политические триггеры, происходит радикализация пользователей. Сужаясь, воронка представляет более радикальный и неконвенционный контент, нацеленный на мобилизацию пользователей и их активное включение в протесты, а также увеличивается скорость распространения подобных публикаций. При этом социально-экономические триггеры, которые являются менее актуальными для уже готовых активистов и менее эффективными с точки зрения применения технологий манипуляции и мобилизации, уходят на второй план. Общее распределение показано на следующем рисунке 47.



Источник: составлено автором.

Рисунок 47 – Соотношение различных групп протестных групп по выделенным кластерам пользователей социальных медиа, в процентах



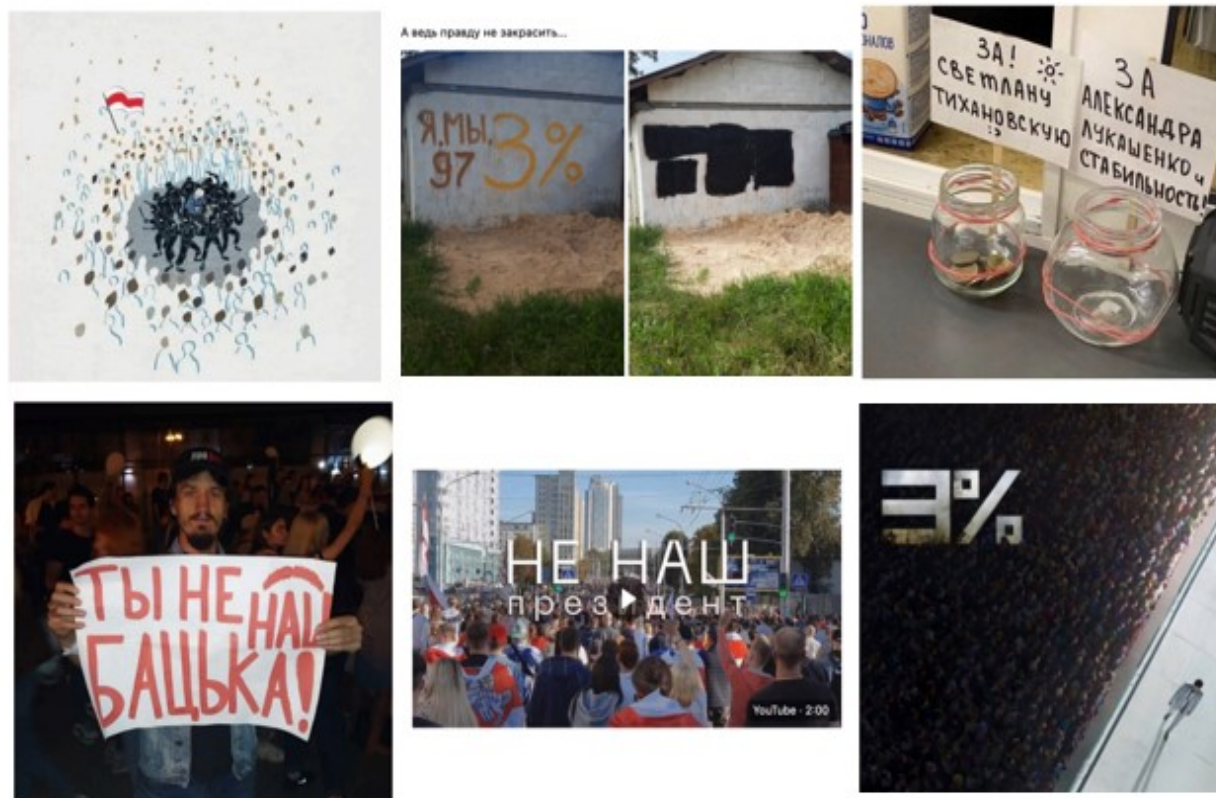
Источник: составлено автором.

Рисунок 48 – Примеры визуального контента, ориентированного на конверсию активности различных групп пользователей (последовательно: студенты, пенсионеры, инвалиды)

Активное вовлечение женской аудитории, а также иных социально-демографических сегментов в информационные потоки является отличительной чертой белорусских протестов и демонстрирует широкий охват технологий и практических инструментов таргетированного (целенаправленного и точечного) взаимодействия с теми группами Интернет-пользователей, которые обычно остаются в стороне не только от протестных, но и в целом политических контекстов в социальных медиа. Их включение в деятельность цифровых агентов протестной мобилизации подкрепляло нарратив о «единстве белорусского народа», «массовости протеста» и «большинстве населения, выступающего против Лукашенко». Одним из наиболее примечательных Интернет-мемов протестного движения стало обозначение итогов президентских выборов, где А. Лукашенко отводилось 3%, а его главному конкуренту, оппозиционному кандидату С. Тихановской – 97%. Прозвища «Саша 3%» и «Президент 3%» (то есть трех процентов населения) стремительно распространялись в социальных медиа и перечеркивали в общественном сознании официальные результаты голосования, делегитимизировали итоги президентских выборов и статус вновь избранного главы государства. Визуальные материалы, ориентированные на конверсию протестной активности ранее упомянутых сегментов аудитории представлены на рисунке 48.

Технология «общего вагона» является довольно распространенной для мобилизации политического протеста, ее применение наблюдается практически во всех аналогичных кейсах, но в Беларуси она использовалась в довольно агрессивной форме. Вместо мягкого принуждения («все делают / думают так, а значит и ты должен вместе со всеми») применялись более жесткие схемы, в том числе «если ты не с народом, ты враг этого народа», «абсолютное большинство против Лукашенко, а меньшинство – предатели страны» и схожие. Использование подобных нарративов не могло не вызывать страх у значительной части населения, опасавшегося за собственное будущее и вынуждаемое примыкать к оппозиционной повестке посредством цифровых технологий. В особенности это характерно для молодежи как наиболее уязвимой для негативной протестной мобилизации социальной группы. Примеры подобных визуальных материалов представлены на следующем рисунке 49.

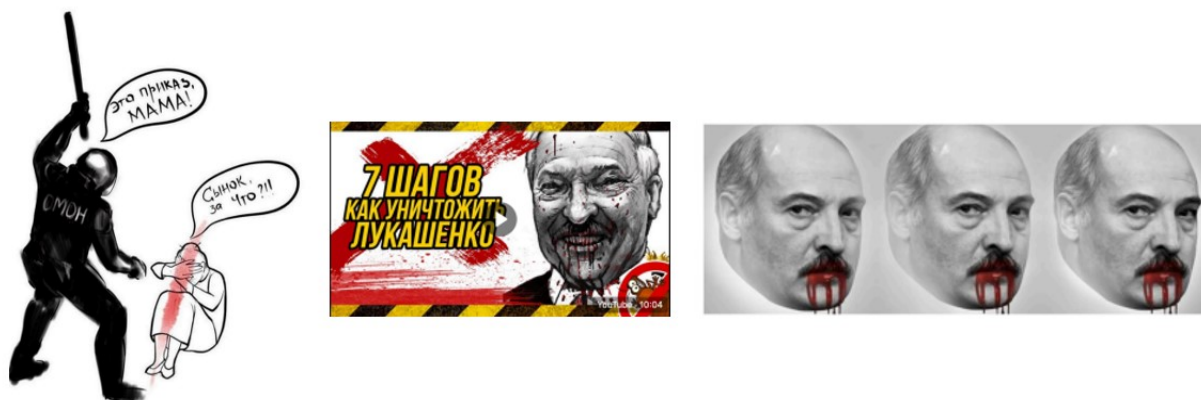
Помимо технологии «общего вагона» высокое распространение в ходе протестной мобилизации в Беларуси показали цифровые практики расчеловечивания (дегуманизации) представителей государственной власти и правоохранительных органов. Расчеловечивание власти отличалось крайней персонификацией вокруг фигуры президента, в то время как правоохранители и силовики представлялись в некоем коллективном образе.



Источник: составлено автором.

Рисунок 49 – Примеры визуального контента с использованием технологии «общего вагона»

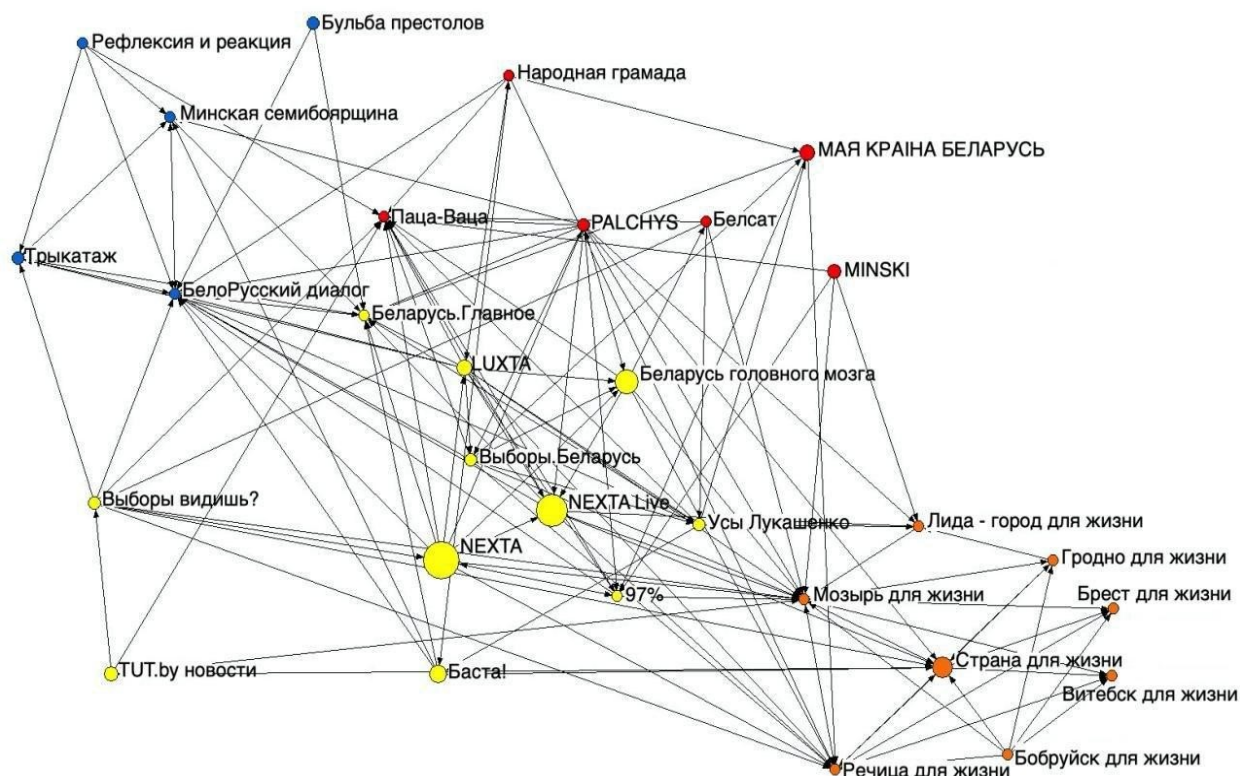
Схема действия данной технологии основывается на эмоциональной реакции пользователей, которым не безразлична судьба обычных людей, своих сограждан. Материалы такого рода призваны вызывать чувства не сопереживания и сожаления, а ответной агрессии по отношению к целевому субъекту. Логика «они так поступают, значит и мы так будем» с высокой результативностью повышает градус социальной напряженности, раскалывает общество, что в свою очередь повышает уровень жестокости на улицах, раскручивая спираль протестной конверсии. Попадая обратно в сеть, изображения и видеоролики с жесткими задержаниями и силовым подавлением протестных акций запускают новые волны общественного недовольства и сопутствующие идеи о «силовом ответе». В данном случае жестокость порождает еще большую жестокость, чем активно пользуются организаторы подобных акций с целью масштабирования протеста и вовлечения большего числа граждан в совместные действия. Рассмотренные визуальные материалы представлены на следующем рисунке 50.



Источник: составлено автором

Рисунок 50 – Примеры визуального контента с использованием технологии расчеловечивания (дегуманизации)

Протестные события в Беларуси являются характерными и с точки зрения технологического обеспечения мобилизации пользователей социальных медиа, а также обновленной роли конкретных цифровых площадок не только в сопровождении, но и в непосредственной модерации процесса политической мобилизации и последующей конверсии гражданской активности в офлайн-пространство. Ключевая роль в этом процессе принадлежала цифровой платформе «NEXTA» (Telegram), созданной ранее на территории Польши.



Источник: Телеграм-канал «Телеграфика» [628].

Рисунок 51 – Архитектура информационного потока мобилизации политического протеста в Беларуси в 2020 году – взаимные пересечения цифрового контента в Telegram

К окончанию президентских выборов в белорусском сегменте социальных медиа была создана обширная цифровая инфраструктура, включающая несколько десятков каналов и цифровых сообществ. В их структуре можно выделить не только оппозиционные сообщества, деятельность которых была направлена на делегитимацию президентских выборов, разжиганию социального недовольства и организацию уличных акций, но и националистические сообщества, локальные городские группы и онлайн-чаты. На рисунке 51 продемонстрирована общая схема движения протестного контента в пиковый период протестных акций.

Республика Дагестан (2022 год). События в Республике Дагестан сентября-октября 2022 года, а также в октябре 2023 года, сопряженные с массовыми протестными акциями в региональном центре Махачкале и муниципалитетах, продемонстрировали масштабы риска внешнего информационного давления в национальных республиках со сложносоставной структурой. Осенью 2022 года протестные акции прошли на фоне начала частичной мобилизации граждан на фоне продолжающейся специальной военной операции на Украине. Основные акции прошли в Махачкале, Хасавюрте, Эндирее и Бабаюрте. В ходе мобилизации граждан для участия в протестных акциях активным образом использовались социальные медиа, в том числе специально созданные сети Telegram-каналов и других цифровых сообществ, артикулирующих дискурсы радикального ислама, сепаратизма, социального и политического недовольства.

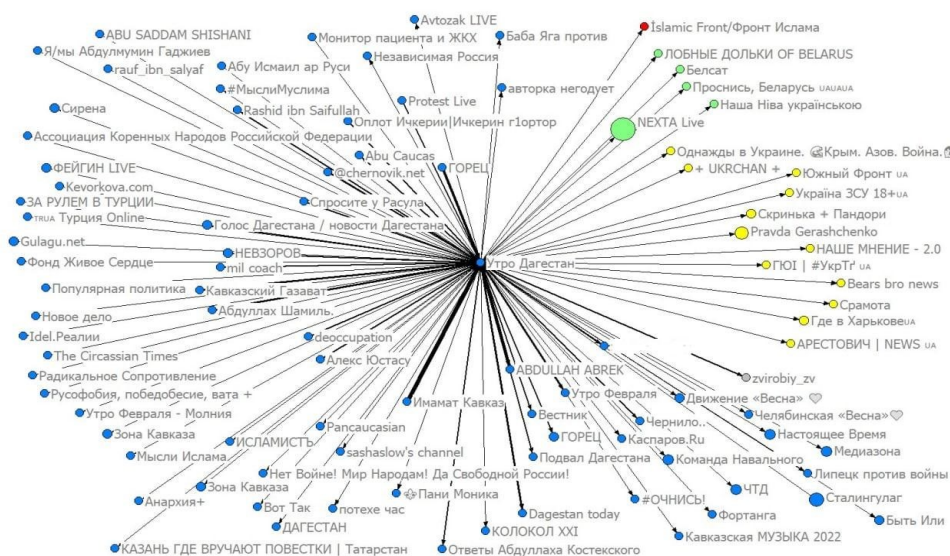


Источник: составлено автором.

Рисунок 52 – Динамика информационных потоков (число уникальных публикаций) в региональном сегменте социальных медиа (19 сентября – 31 сентября 2022 года)

Высокий уровень динамики информационного потока, инициирующего протестную активность в социальных медиа Республики Дагестан, в рассматриваемый период подтвердила гипотезу об управляемости действий протестующих. Всплеск информационной активности по теме частичной мобилизации, пришедшийся на 20-23 сентября, после значительного спада продемонстрировал новую волну роста, сопровождавшуюся целенаправленной деятельностью иностранных сетевых акторов, мобилизующих граждан на протестные акции (25-27 сентября). Подобная ситуация не характерна для стихийных информационных потоков, формирующихся как мгновенный ответ на конкретные события-триггеры. Динамика информационных потоков в рассмотренный период представлена на рисунке 52.

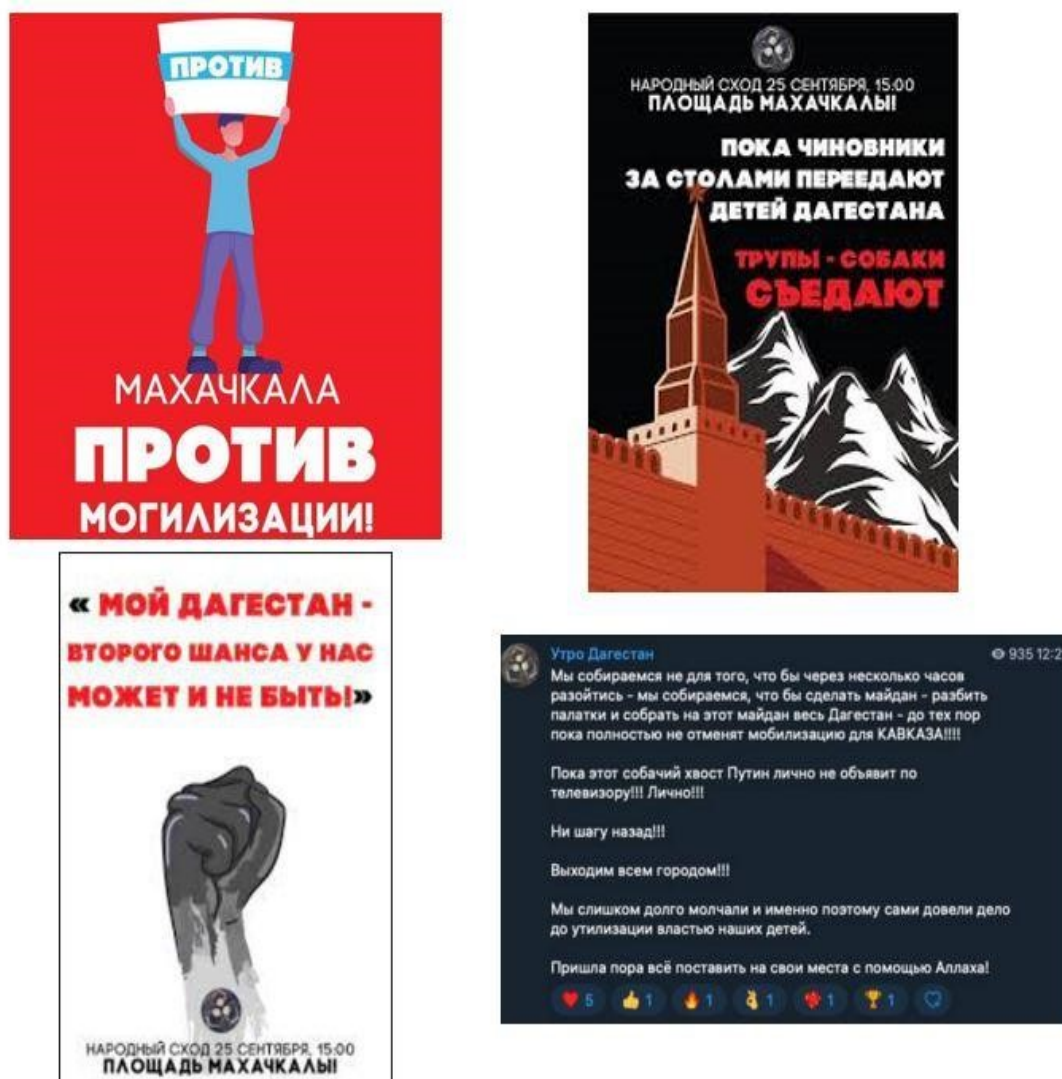
Для первоначальной генерации контента создана сеть региональных каналов (центральный – «Утро Дагестан», связанные – «Голос Дагестана», «Горец», «Имамат Кавказ», «Зона Кавказа», «Мысли Муслима», «Pancaucasian» и др.), большинство из которых пропагандируют идеи исламского сепаратизма, национальной государственности и экстремизма. Формат работы сети каналов после объявления частичной мобилизации был построен вокруг сопротивления мобилизации, очернении роли и статуса вооруженных сил РФ, формировании установок недоверия к армии и власти на национальной и религиозной почве. Не случайно в качестве основной мишени среди всех регионов Северного Кавказа выбрана именно Республика Дагестан, представляющая сложное, многосоставное общество, которое является потенциально более конфликтным. Общая сеть упомянутых цифровых аккаунтов представлена на следующем рисунке 53.



Источник: Телеграм-канал «Телеграфика» [628].

Рисунок 53 – Архитектура информационного потока мобилизации политического протеста в Республике Дагестан в 2022 году – взаимные пересечения цифрового контента в социальной сети мессенджера Telegram

Для достижения своих целей манипуляторы используют особенности циркуляции контента в протестно-ориентированном информационном потоке, адресованном в социальных медиа, прежде всего, молодежи. Генерация соответствующего контента происходит именно в политических сетях Телеграм-каналов. Наиболее показательные примеры такого контента приведены на рисунке 54. При этом тиражирование такого контента обеспечивается, в первую очередь, украинскими цифровыми СМИ и их аккаунтами, и усиливается благодаря российским СМИ – иноагентам. Масштабирование протестно-ориентированного информационного потока осуществляется за счет многократного дублирования протестного контента российскими лидерами общественного мнения-иноагентами. Необходимо подчеркнуть то, что информационные вбросы зачастую выполняются через сеть тематических блогов и чатов неполитического характера, что позволяет максимально охватывать аудиторию пользователей социальных медиа.



Источник: составлено автором.

Рисунок 54 – Примеры визуального контента в региональных информационных потоках, направленные на мобилизацию протестной активности

Мгновенно сформированный в данных сетях месседж «Кавказ не будет воевать за русских» был мгновенно направлен на провокации и массовые акции, которые были организованы в различных городах и муниципалитетах республики удаленными «активистами». Распространению информации о событиях в Дагестане способствовали аккаунты СМИ-иноагентов. Для формирования доверия к информации, сочувствия и понимания к «мирным» протестующим подключены лидеры мнений – персональные аккаунты, во многом также представленные иноагентами или украинскими спикерами, транслирующими русскоязычную повестку. Уже вторичный контент лидеров мнений наполнял региональные сети, обеспечивая таким образом замкнутый круг циркуляции контента по конкретной теме, радикализацию и мобилизацию аудитории в течение нескольких недель. Примеры указанных визуальных материалов представлены на рисунке 54.

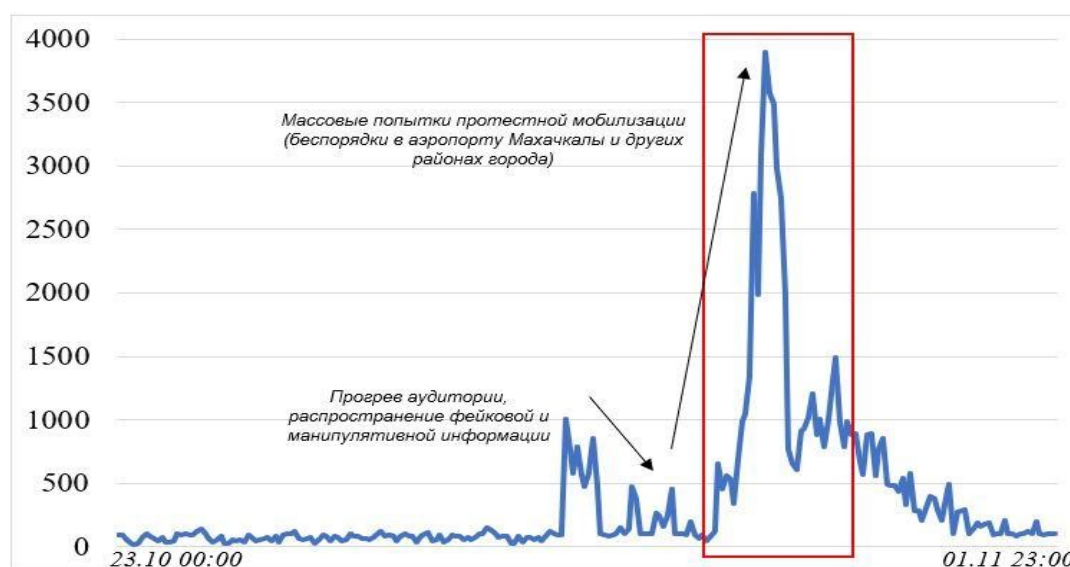
Республика Дагестан (2023 год). Сценарий, каналы, технологии перевода цифровой активности в реальную плоскость повторили события конца сентября 2022 года. Массовые протесты в аэропорту Махачкалы и окрестностях формально были вызваны геополитическими событиями, а именно обострением палестино-израильского конфликта. Организация протестных акций, беспорядков и разжигание антиеврейских настроений осуществлялись через социальные сети, в частности местные радикальные Телеграм-каналы. Там распространялись фейковые новости, что на Северный Кавказ прибывают беженцы из Израиля. Ключевую роль аналогично событиям 2022 года сыграл проукраинский канал «Утро Дагестан».

Антисемитская риторика начала распространяться в информационном пространстве республики еще в начале октября, но значительно усилилась 26 октября после прибытия делегации ХАМАС в Москву и слухов о скором начале наземной операции ЦАХАЛ в секторе Газа. 28 октября около 80 человек собралось в Черкесске на несанкционированный митинг в поддержку Палестины. В этот же день несколько сотен человек собрались у отеля «Фламинго» в Хасавюрте с требованиями выселить оттуда предполагаемых израильских беженцев. 29 октября около 1200 человек устроили погром в аэропорту Уйташ в Махачкале с целью остановить прибытие самолета из Тель-Авива. Заявленной целью акции стало предотвращение посадки самолета в аэропорту Махачкалы. В результате волнений около 20 человек были ранены, аэропорт Уйташ получил повреждения, оцениваемые в несколько сотен миллионов рублей.

Результаты социально-медийного анализа демонстрируют наличие подготовительной работы – прогрева аудитории, включающий распространение фейковой и манипулятивной информации среди региональной аудитории социальных медиа, преимущественно взаимосвязанными цифровыми сообществами

и Телеграм-каналами, ранее участвующими в организации уличных акций на фоне частичной мобилизации в сентябре-октябре 2022 года (в том числе центральный хаб «Утро Дагестан»). Первые пики вбросов такого контента приходятся на 26 октября. Аналогично событиям годовой давности в информационных потоках высокое внимание уделялось радикальным исламским идеологиям, искажению религиозных учений, а также ксенофобским высказываниям и аргументам. Первые подобные сообщения не содержали призывов к активным действиям, в том числе выходу на несанкционированные акции. Их задача состояла в формировании общего настроения и увеличении уровня агрессии в обществе.

Лавинообразный характер информационных потоков с 28 октября связан с первыми целенаправленными призывами к населению участвовать в стихийной акции в аэропорту Махачкалы («прийти встретить евреев», «не допустить евреев на земле Дагестана» и проч.). Между этими событиями разворачивались единичные акции в муниципалитетах, фотографии с которых публиковались в местных каналах и сообществах, представлялись аудитории в качестве наиболее правильной гражданской реакции. Дополнением к этому стало информирование о военных действиях в Секторе Газа, в том числе о действиях израильской армии, подкрепляющие чувства агрессии и гнева по отношению к определенной этнической и религиозной группе. Активно распространялись также онлайн-петиции с требованием запретить посадку данного рейса в Махачкале, призывы к гражданам фотографировать еврейские семьи, инструкции по участию в акциях и одиночных пикетах. Динамика информационных потоков в рассмотренный период представлена на рисунке 55.



Источник: составлено автором.

Рисунок 55 – Динамика информационных потоков (число уникальных публикаций) в региональном сегменте социальных медиа (23 октября – 1 ноября 2023 года)

О масштабе подготовительной работы свидетельствует и единообразие символов и нарративов непосредственного на уличных акциях («Мы против еврейских беженцев», «Детоубийцам – нет места в Дагестане»). Примеры указанных визуальных материалов представлены на рисунке 56.



Источник: составлено автором.

Рисунок 56 – Примеры визуального контента в региональных информационных потоках, направленные на мобилизацию протестной активности

В итоге рассмотренные в *параграфе 5.3* кейсы продемонстрировали реализацию описанных ранее механизмов конвертации гражданской активности из онлайн- в офлайн-пространства и в обратном направлении с использованием широкого спектра возможностей, предоставляемых современными социальными медиа и инструментами социального инжиниринга непосредственно в ходе организации и координации массовых протестных акций. Конверсия гражданской активности реализуется через несколько взаимосвязанных этапов, сокращая число вовлеченных в повестку Интернет-пользователей, но усиливая уровень их готовности (мобилизуемости), а также инициативности и радикальности. Запуская процесс конверсии, цифровые агенты политической мобилизации рассчитывают на изменение вектора общественных настроений после первых гражданских акций, вызванных деятельностью правоохранительных органов или сближением населения с участниками подобных акций. Попадая обратно в сеть, подобный цифровой контент запускает новые волны общественных обсуждений и стимулирует все большее число пользователей присоединиться к совместным действиям. Важнейшим элементом гражданской конверсии в данном случае становится системная деятельность плотных и высоко интегрированных сетевых структур по генерации и распространению тематического контента для разных типов пользователей (пассивисты, зрители, участники, активисты), а также для разных целевых социальных групп, выделяемых по демографическим, социальным, профессиональным, электоральным, политическим и иным признакам.

Выводы по главе 5

1) Анализируемые в настоящей главе социологические и статистические данные позволяют утверждать, что социальные медиа являются сегодня основным пространством реализации гражданской активности и практическим средством планирования и организации совместных действий. Указанные материалы доказывают существование положительной взаимосвязи между практиками и технологиями гражданских действий в цифровой и реальной средах. Интернет-пользователи, нацеленные на реализацию гражданских действий, проектов и инициатив, чаще всего используют широкие возможности социальных медиа для решения собственных политических задач в офлайн-среде.

2) Согласно исходной модели исследования, политическая онлайн-мобилизация происходит под направленным информационным воздействием и диффузным социальным влиянием. Повышение интенсивности информационного воздействия и/или нарастание силы социального влияния «разогревают» процесс взаимодействия пользователей в онлайн-сети, вызывая формирование информационных потоков и общественных движений. Сопряжение активированных информационных потоков и социальных интеракций повышает температуру общественных настроений и уровень мобилизации пользователей в социальных сетях, вызывая конвекцию. Разогрев социальных сетей до определенного уровня мобилизации приводит к выходу энергии – переходу онлайн-активности в офлайн-действия, то есть конверсии. В случае масштабных либо резонирующих действий офлайн визуальные материалы и эмоциональные сообщения с места событий образуют поток мотивирующего контента, создавая эффект инверсии. Мотивирующий контент в социальных сетях провоцирует вовлечение новых сторонников, расширяя возможности для политической мобилизации. Таким образом, производится запуск механизма «конверсия-инверсия», который производит возгонку онлайн-мобилизации и приводит к расширению масштабов офлайн-действий. Интенсивные процессы онлайн-конвекции и конверсии-инверсии создают своего рода турбо-эффект, способствующий пролонгации и расширению массовых акций. Провоцируемая онлайн-мобилизация и резонирующая офлайн-акция оказываются взаимообусловленными до момента разрешения политической ситуации, которое зависит от соотношения потенциалов, одержимости акторов и возникающих возможностей. На основании научного дискурса влияния цифровых коммуникаций на политическое участие и определения механизмов политической мобилизации в социальных медиа можно сконструировать модель, включающую конверсивный, инверсивный и конвективный потоки.

3) Рассмотренные в главе практические кейсы, датированные 2010-2023 годами, показали различные возможности политической мобилизации в социальных медиа для организации совместных действий в физическом пространстве. Политическая мобилизация в социальных медиа носит выраженный протестный характер, так как цифровые коммуникации в отсутствие жесткого контроля со стороны власти стали использоваться оппозицией в качестве альтернативных источников информации для взаимодействия сторонников. В большинстве случаев поводом для политической мобилизации были выборы, что указывает на инструментальное значение цифровых коммуникаций для рекрутинга сторонников и организации совместных действий в период открытия «окна возможностей». Во всех отмеченных случаях событиям предшествовал рост ВВП, поэтому не следует считать экономический кризис ключевой причиной социального недовольства. Практическая реализация указанной модели нашла свое подтверждение на основании анализа нескольких кейсов протестной мобилизации с широким применением возможностей социальных медиа на основании авторских комплектов эмпирических данных.

Заключение

Проведенное исследование позволяет сделать ряд общих выводов, характеризующих особенности политической мобилизации в социальных сетях цифровых коммуникаций в 2010-2023 годах.

Концептуальные основания политической мобилизации заложены в рамках теорий общественного поведения и коллективных действий. Теория общественного поведения в большей степени отражает психологический ракурс рассмотрения политической активности социальных групп, подчеркивая спонтанный и эмоциональный характер массовых акций. Теория коллективных действий задает в большей степени социологическое понимание политической активности социальных групп, отмечая организованный и рациональный характер совместных акций. Некоторые исследователи «ломали» своими концепциями разделительные линии психологических и социологических рамок понимания политической активности. Между тем сопряжение двух теоретических направлений позволяет рассматривать политическую мобилизацию как процесс, обусловленный индивидуальными мотивами и социальными структурами. Внутренние факторы восприятия и интерпретации событий наряду с внешними факторами условий среды и организации в зависимости от ситуации способны как побуждать, так и сдерживать общественную активность. В современных концепциях социального поведения и коллективных действий наблюдается преодоление разночтений, учитывая характеристики рациональности и эмоциональности, индивидуализма и коллективизма, разобщенности и солидарности людей в определенных условиях и ситуациях.

В концепциях политической мобилизации исследователи выделяют различные факторы, способствующие как повышению, так и снижению готовности людей к совместным действиям. В теории общественных движений ключевое значение имеет концепция ресурсной мобилизации, которая заключается в обладании политическими акторами материальными ценностями, организационной структурой и властными полномочиями. Наличие ресурсов открывает широкие возможности политической мобилизации сторонников для проведения массовых акций. Согласно этой концепции, инициаторы политической мобилизации и рекрутируемые сторонники действуют как рациональные субъекты, движимые материальными интересами. Между тем концепция политических возможностей ведущую роль отводит не столько обладанию ресурсами, сколько сложившейся ситуации, когда оппозиция пользуется слабостью власти.

Ряд концепций общественных движений строятся на критике ресурсной мобилизации, выдвигая на первый план когнитивные факторы. Готовность к политическим действиям повышает приверженность социальных групп объединяющим ценностям, идеологиям, идентичностям, фреймам. Кроме того, политическую мобилизацию социальных групп «подогревают» общие эмоции, вызванные чувствами относительной депривации и несправедливости в обществе. Доминирующее положение в научном дискурсе занимают концепции когнитивной мобилизации, согласующиеся с теорией модернизации.

Между тем основополагающая концепция ресурсной мобилизации под влиянием когнитивных концепций претерпела значимые модификации в концепциях рациональной и маркетинговой мобилизации. В концепции рациональной мобилизации сторонники общественных движений действуют как расчетливые индивиды, взвешивающие выгоды и издержки политического участия. Например, высокая вероятность достижения целей совместных действий в представлении граждан повышает мобилизационную готовность, а высокая вероятность силового подавления массовых акций снижает мобилизационную готовность сторонников оппозиции. В свою очередь маркетинговая мобилизация построена на анализе социального спроса и политических предложений в процессе проведения информационных кампаний.

Теория социальных сетей строится на положениях о структурированности, связности и интерактивности отношений в обществе. Рассмотрение каждого положения в аспекте возможностей и ограничений политической мобилизации позволяет сделать некоторые заключения. Построение социальных графов выявляет различные структурные формы организации и роли участников сообществ, что указывает на их гетерогенный характер. В каждом сообществе выстраивается уникальная иерархия отношений, которая определяется интенсивностью взаимодействия между участниками. Сплоченные сообщества с распределенными ролями и разветвленной сетью контактов обладают большими возможностями мобилизации сторонников. Разобщенные сообщества, разделяемые на фракции и локализованные в пространстве, напротив ограничены в проведении мобилизации. Эмпирические исследования подтверждают опосредованную сетевую связность больших общностей. Между тем одна из ключевых в теории сетей концепция «слабых связей» обозначает ограниченность единых иерархичных закрытых локальных сообществ в возможности распространения информации для других и получения информации от других. Таким образом, политической мобилизации в большей степени соответствуют организованные сетевые сообщества, настроенные

на взаимодействие и обмен информацией, исходя из общих интересов либо ценностей.

Анализ концептуальных аспектов политической мобилизации в сетевом пространстве онлайн-коммуникаций выявил разделение между адептами и скептиками «цифрового мира». Адепты обосновывали наступление новой эпохи глобального взаимодействия индивидов, открытого самовыражения личностей, освобождения угнетенных народов. Сетевые онлайн-коммуникации открыли возможности для трансформации структуры политических организаций. Исследователи предполагали, что дорогие бюрократические «машины мобилизации» сторонников с течением времени заменят дешевые неформальные сетевые структуры. Сетевые онлайн-коммуникации предоставили возможность самоорганизующимся индивидам координировать совместные выступления в физическом пространстве улиц и площадей для выражения своей позиции. Сетевые онлайн-коммуникации дали возможность разнообразить репертуар совместных действий в цифровой и физической средах. Сетевые онлайн-коммуникации создали возможность организовывать виртуальные общественные движения и политические партии. Сетевые онлайн-коммуникации предоставили возможность управлять информационными потоками и программировать совместные действия. Сетевые онлайн-коммуникации стали площадками возможностей для связующих действий при свободном обмене пользователями идеями и эмоциями. Сетевые онлайн-коммуникации предоставили возможность для адресного распространения информации, подталкивания к определенному выбору и продвижения рекомендуемого контента, исходя из интересов пользователей.

Набору открывшихся возможностей политической мобилизации в социальных сетях цифровых коммуникаций противопоставлен ряд возникающих ограничений. Эффекты «эхо-камеры» способствуют формированию замкнутых сообществ с жесткой сетевой иерархией и приверженностью сторонников, которые отвергают иные идеи и отторгают их носителей. Политическую мобилизацию на основе свободного обмена и распространения информации могут ограничивать настраиваемые платформами алгоритмы фильтрации контента. Политическую мобилизацию ограничивают выраженные slackтивистские склонности в потреблении развлекательного контента и нежелание прилагать усилия для совместных действий. Концепции политической мобилизации как проявление «свободного самовыражения» и «освобождения народов» посредством социальных сетей дезавуируют концепции, обозначающие их использование в качестве ресурса манипулирования информацией, психологического таргетирования, надзора за гражданами, внешнего информационного давления, колониального господства.

Анализ концепций позволил выявить четыре основных актора политической онлайн-мобилизации, в числе которых активные индивиды, организованные сообщества, цифровые корпорации и суверенные государства. Каждый из указанных акторов имеет возможности и ограничения в использовании социальных медиа для массовой мобилизации, преследуя свои цели и используя имеющиеся средства. Активные индивиды в концепциях, исходящих из либеральных воззрений, получили возможность использовать с минимальными издержками цифровые коммуникации в целях самовыражения, не обладая необходимыми ресурсами для продвижения. Онлайн-среда открыла возможности для самоорганизации сообществ в процессе взаимодействия, избавившись от необходимости формирования формальных структур. Цифровые корпорации, создавшие медийные платформы, используют возможности генерации информационных потоков, манипулирования контентом и модерации взаимодействий в социальных сетях посредством алгоритмов, повышая либо снижая готовность пользователей к совместным действиям офлайн. Суверенные государства получили возможность управлять обществом посредством установления контроля над национальными сегментами социальных сетей цифровых коммуникаций, блокируя распространение негативного контента и аккаунты радикальных сообществ.

В обширном массиве научных публикаций по теме влияния цифровых коммуникаций на общество прослеживается разница в оценках в теоретических и прикладных исследованиях, что ставит вопрос об истинности или объективности продвигаемых знаний. В теоретических публикациях оценки исследуемых явлений в значительной степени продиктованы идейной или ценностной приверженностью авторов, которые выступают в роли пропагандистов цифровой эпохи и глобального мира, продвигая корпоративные интересы. Между тем, рассматриваемые результаты мета-анализа массивов прикладных зарубежных исследований, выявили лишь слабые положительные эффекты влияния цифровых коммуникаций на политическое участие. Полученные на основе эмпирических исследований результаты позволяют полагать, что возможности мобилизовать сторонников в социальных медиа для политических действий весьма ограничены. В российских научных публикациях по теме выражена некритическая рецепция теоретических положений, порождающих представления о сильном положительном влиянии цифровых коммуникаций на политическое участие. Однако возрастание с течением времени числа прикладных исследований на основе верифицируемых методик привело к более умеренным оценкам цифрового влияния на общественную активность.

Сложность предмета исследования предопределила методологию, построенную на сочетании неоинституционального, сетевого и

конструктивистского подходов. Неоинституциональный подход в социологической версии позволил рассмотреть общественные представления о существующих нормативных ограничениях совместных действий. Сетевой подход позволил выявить инфраструктуру сообществ и проявления общественной активности в социальных медиа. Конструктивистский подход позволил определить содержание и интенсивность информационных потоков в пространстве цифровых коммуникаций. Оригинальная модель исследования исходит из двоякой природы социальных медиа, в которых сочетаются возможности текущего общественного взаимодействия пользователей и направленного информационного воздействия на пользователей. Факторы общественного влияния (институты, идентичности, ценности, контекст, дискурсы) и информационного воздействия (идеологии, нарративы, фреймы, повестка, триггеры) в социальных медиа обуславливают уровень готовности пользователей для участия в политических акциях. Избранная методика эмпирического исследования, включающая применение методов когнитивного картирования, киберметрического анализа, сетевого анализа, массового онлайн-опроса, позволила раскрыть социальные паттерны и информационные эффекты для политической мобилизации в социальных медиа.

Статистические и социологические индикаторы показывают общемировую динамику расширения пространства социальных медиа, что проявляется в увеличении числа пользователей, времени нахождения в цифровой среде и объемов распространяемого контента. Важным этапом в развитии информационного общества стало переключение каналов получения новостной информации. В структуре медиапотребления телевидение стало менее предпочтительным источником информации, чем онлайн-коммуникации, включающие новостные сайты, социальные медиа и мессенджеры. Расширение доступности социальных медиа для массовой аудитории способствует увеличению возможностей политической мобилизации для совместных действий как в онлайн-, так и офлайн-пространствах. Однако эти возможности сдерживаются рядом выявленных ограничений, в числе которых паттерны и нормы поведения пользователей, а также контроль государства. Сдерживающие активность паттерны поведения связаны с выраженным неприятием политического контента и склонностью к общественной пассивности. Доминирующие среди пользователей представления о должных нормах поведения не способствуют массовым проявлениям протестных действий. Установление государственного контроля над цифровым пространством позволяет управлять процессами политической мобилизации посредством модерации или блокировки информационных потоков и сообществ. Противоположные тенденции

цифровой экспансии и цифрового суверенитета приводят к формированию своеобразных систем регулирования цифрового пространства социальных медиа.

Существенные ограничения на возможности политической мобилизации в социальных сетях цифровых коммуникаций накладывает структура общественной активности и политических ориентаций пользователей. Так социологическое исследование общественной активности выявило распределение пользователей по декларируемым социальным ролям активистов, участников, зрителей и пассивистов, которое отражает закономерность: чем больше общественное участие требует усилий, тем меньше число участников совместных действий. Стратегии отстраненности от общественной деятельности и предпочтительности наблюдения за происходящим событиями доминируют среди российских пользователей социальных медиа. В распределении политических предпочтений провластные пользователи значительно преобладают над оппозиционными, при весомой части аполитичных пользователей. Между тем дифференциация пользователей социальных сетей по ролевой активности и политическим ориентациям выявляет некоторое выравнивание потенциалов политической мобилизации сторонников власти и оппозиции. В широкой базе сторонников власти значительно больше доля зрителей, а в узкой базе сторонников оппозиции существенно больше доля активистов.

Социологическое измерение выделенных факторов общественного влияния на процесс политической мобилизации в социальных медиа выявило неоднозначные эффекты. Институты, идентичности, ценности, контекст и дискурсы способны как открывать возможности, так и создавать ограничения. Социальные институты как представления о принятых нормах поведения и установки на определенные реакции действуют скорее как ограничители, удерживая пользователей в рамках привычных паттернов, настроенных на снижение издержек. Групповые идентичности способны мобилизовать сообщества либо сдерживать активность в зависимости от положения, интересов и позиции лидеров. Система ценностей предопределяет отношение пользователей к происходящим событиям и социальным группам. Существующий контекст позволяет пользователям интерпретировать события исходя из сложившейся ситуации и принимать решения об участии или неучастии в совместных действиях. Обсуждаемые дискурсы обнажают социальные противоречия и создают смыслы совместных действий. Влияние совокупности социальных факторов позволяет изменять интенсивность общественного взаимодействия.

Исследование информационных потоков позволило выявить, что цифровой контент оппозиционной направленности обладает большим мобилизационным

потенциалом, так как содержит инструктивную информацию, прямые и косвенные призывы, побуждения к совершению действий в онлайн- и офлайн-средах. Оппозиционные материалы нацелены на провоцирование социального и этнического расколов в российском обществе. Оппозиционные сообщения ориентированы на формирование установок гражданской активности пользователей, нацеленной на конверсию совместных действий из виртуального в реальное пространство. В провластных потоках информации только часть сообщений направлены на формирование установок гражданской активности, а также отмечается дефицит референтных лиц и лидеров мнений, что сильно ограничивает мобилизационный потенциал контента для широкой патриотической аудитории. Между провластными патриотическими и оппозиционными прозападными сообществами социальных медиа существуют значительные ценностные расхождения. Если первые отдают приоритет справедливости, солидарности, героизму и защите Родины, то вторые – личному комфорту, благосостоянию, культурному разнообразию и открытому миру. Полярные системы ценностей находят отражение в когнитивном противоборстве и конструировании информационной повестки.

Проведение специальной военной операции на Украине стало резонансным событием-триггером, обеспечившим смену мировой и российской повесток дня в общественно-политических сегментах социальных медиа. В целом военно-политическая повестка стала доминирующей в текущей тематике информационного потока. Начало СВО стало триггером пересборки политизированных сообществ в социальных медиа, что проявилось в сегментации по линиям «патриотизм-коллорабационизм» и «власть-оппозиция». В провластно-патриотическом и оппозиционно-прозападном сегментах блогхостинга сформированы поляризованные картины мира, включающие противоположные нарративы и фреймы. Когнитивное картирование выявило содержание информационных потоков в социальных медиа провластной патриотической и оппозиционной прозападной направленности в условиях проведения СВО. При явных различиях в содержании информационных потоков обоих политических сегментах преобладают эмоциональные приемы формирования дискурса. Противостоящие стороны применяли отличные модели информационно-психологического воздействия на аудиторию. В провластно-патриотических сообществах использовались в большей степени методы убеждения посредством аргументации и логических доводов, а в оппозиционно-прозападных сообществах преимущественно методы внушения, направленные на провоцирование выраженной эмоциональной реакции аудитории. В целом пересборка политизированных сообществ социальных медиа,

мобилизующих сторонников, привела как к дискурсивным, так и структурным изменениям.

В условиях СВО информационный поток в российском сегменте социальных медиа является насыщенным разнообразным контентом, оперативно реагирующим на изменения социально-политической обстановки. Исследование выявило применение деструктивных технологий, направленных на провоцирование общественных конфликтов. События-триггеры оказывали влияние на смену информационных повесток и на интенсивность взаимодействия пользователей, неоднозначно сказываясь на уровне политической мобилизации. Ключевые события-триггеры задают этапы волнообразной динамики информационного потока, соотносимого с динамикой общественной активности. Деструктивное внешнее давление проявилось в распространении в социальных сетях манипулятивной информации, формирующей негативные установки и навязывающей ложные нарративы. В кризисные периоды отмечалось нарастание потоков внешнего информационного давления, направленного на слом общественных настроений консолидации.

Выявленные корреляции показывают наличие связи между онлайн- и офлайн-предпочтениями при выборе акторов взаимодействия для реализации гражданских инициатив. Интенсивность использования гражданами цифровых каналов коммуникации для реализации общественной активности обуславливает частоту участия в действиях офлайн, направленных на решение социальных и политических проблем. Внутренняя установка граждан на реализацию общественных инициатив предопределяет активность использования онлайн-коммуникаций для более эффективных действий в офлайн. Значимая корреляция выявлена между социальной и политической активностью граждан. Между тем частота подталкивающих к действиям информационных сообщений оказывает слабое влияние на общественную активность граждан. Научная дискуссия отражает тенденцию взаимообусловленности активизма граждан в интегрируемых пространствах общественных действий.

Социальные медиа подобно «волшебным пулям», целенаправленно поражающим сознание индивидов, создают «магические сети», освобождающие народы от авторитарных режимов и приносящие возможности горизонтальных связей для самоорганизации граждан. Положение о «сетях освобождения», которое продвигалось идеологами («евангелистами») цифровых компаний и заинтересованными исследовательскими центрами, занимало доминирующее положение в научном дискурсе без достаточных оснований. Социальные медиа играли вспомогательную роль как средство распространения информации

и координации совместных действий, в политической мобилизации сторонников в известных случаях массовых акций протеста. Конверсия протестной мобилизации посредством социальных медиа в абсолютном большинстве рассмотренных случаев оказалась посредственной. Осознание слабой эффективности и обусловленности политической мобилизации в социальных медиа многими факторами вызвало скептическое отношение к цифровой детерминированности политических процессов. В научном дискурсе произошла смена доминирующего положения на противоположное: социальные медиа из сетей освобождения граждан стали сетями надзора над гражданами.

Распространенное представление о горизонтальных отношениях между пользователями в сетевом пространстве цифровых коммуникаций в отличие от иерархических отношений между людьми в физическом пространстве не находит реальных подтверждений. Положение о горизонтальных отношениях в цифровом пространстве коммуникаций исходит из либертарианской идеи о свободе самовыражения и самоорганизации индивидов в «связующих сетях», отмечающих необходимость институциональных организаций и ресурсного обеспечения политической мобилизации для совместных действий. Социологическое исследование в фокусе макромобилизации выявило различные ролевые модели, предполагающие определенные уровни общественной активности. Социальные графы уже в исследовательском фокусе микромобилизации показывали сложные неоднородные структуры связей в сообществах. Различные социальные роли и связи, уровни общественной активности и взаимодействия формируют гетерогенную среду, в которой возможны разнообразные структурные организации сообществ. Прикладные исследования не находят подтверждения положению о горизонтальных связях в социальных сетях цифровых коммуникаций, что может служить наглядным примером подмены социальной реальности идеологизированными концептами.

В целом результаты исследования подтверждают выдвинутую гипотезу о расширении технологических возможностей политической мобилизации в социальных сетях цифровых коммуникаций, которые ограничиваются устойчивыми социальными паттернами поведения пользователей и устанавливаемыми институциональными нормами государства. Социальные медиа предоставили пользователям возможность взаимодействовать в онлайн-пространстве на расстоянии, обмениваясь информацией и координируя совместные действия. Однако социальные медиа принципиально не изменили паттерны политического поведения граждан, которые в общей массе склонны к общественной пассивности и индивидуальной разобщенности. Проведенный анализ известных

случаев массовых протестных действий в ряде стран мира показал, что социальные медиа в большей части являлись важным, но вспомогательным инструментом политической мобилизации. По-прежнему в политической мобилизации ключевое значение имеют сетевые организации, наличие ресурсов и динамика социальной активности, обусловленная факторами общественного влияния и информационного воздействия. Усиление государственного контроля над национальными сегментами киберпространства, вызванное практиками внешнего информационного вмешательства, ростом влияния создателей медийных платформ в обществе, распространением деструктивного контента, сужает возможности политической мобилизации сторонников внесистемных и маргинальных акторов.

Масштабное расширение применения социальных медиа для задач политической мобилизации при ослаблении институционального контроля со стороны национальных государств и превалировании интересов глобальных политических акторов и аффилированных с ними Интернет-корпораций в будущем может повлечь за собой повторение волновых процессов, меняющих политический ландшафт в регионах и субрегионах. Рациональное применение социальных медиа для задач политической мобилизации при наращивании цифрового суверенитета национальных государств и сдерживании внешнего давления со стороны глобальных политических акторов и аффилированных с ними Интернет-корпораций будет способствовать расширению позитивных общественно-политических эффектов, направленных на консолидацию общества и развитие государства.

Методика выделения маркеров идентификации информационных потоков политической мобилизации в социальных медиа, предложенная в диссертации, может быть адаптирована для задач Центров управления регионами и ситуационных центров с целью предиктивного анализа значимых социально-политических процессов. Это позволит оперативно выявлять и предотвращать риски дестабилизирующих событий, оказывающих негативное влияние на политическую систему и российское общество в целом. Выделенные в диссертации особенности управления информационными потоками политической мобилизации в российском сегменте социальных медиа могут быть востребованы в деятельности профильных государственных и негосударственных структур, влияющих на наполнение информационного пространства цифровым контентом консолидирующего характера. Понимание природы, закономерностей и технологий управления исследованных информационных потоков значимо для реализации задач по защите российской избирательной системы и института общественного наблюдения и контроля за выборами в условиях интенсификации информационных и когнитивных войн.

Список литературы

Нормативно-правовые акты

1. Российская Федерация. Законы. Конституция Российской Федерации [принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 года с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 1 июля 2020 года] // Справочно-правовая система «Консультант-Плюс». – Текст : электронный. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_ (дата обращения: 20.03.2025).

2. Российская Федерация. Законы. Об информации, информационных технологиях и о защите информации : федеральный закон [принят Государственной Думой 27 июля 2006 года] // Официальный Интернет-портал правовой информации. – Текст : электронный. – URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202312120015> (дата обращения: 20.03.2025).

3. Российская Федерация. Законы. О внесении изменений в Федеральный закон «О противодействии терроризму» и отдельные законодательные акты Российской Федерации в части установления дополнительных мер противодействия терроризму и обеспечения общественной безопасности : федеральный закон [принят Государственной Думой 6 июля 2016 года] // Справочно-правовая система «Консультант-Плюс». – Текст : электронный. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_201078/ (дата обращения: 20.03.2025).

4. Российская Федерация. Законы. О внесении изменений в Федеральный закон «О связи» и Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» : федеральный закон [принят Государственной Думой 1 мая 2019 года] // Справочно-правовая система «Консультант-Плюс». – Текст : электронный. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_323815/ (дата обращения: 20.03.2025).

5. Российская Федерация. Законы. О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и отдельные законодательные акты Российской Федерации : федеральный закон [принят Государственной Думой 5 декабря 2022 года] // Официальный Интернет-портал правовой информации. – Текст : электронный. – URL:

<http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202212050019> (дата обращения: 20.03.2025).

6. Российская Федерация. Законы. О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и Федеральный закон «О связи» : федеральный закон [принят Государственной Думой 31 июля 2023 года] // Официальный Интернет-портал правовой информации. – Текст : электронный. – URL: <http://publication.pravo.gov.ru/document/0001202307310022> (дата обращения: 20.03.2025).

7. Российская Федерация. Законы. О деятельности иностранных лиц в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на территории Российской Федерации : федеральный закон [принят Государственной Думой 1 июля 2021 года] // Справочно-правовая система «Консультант-Плюс». – Текст : электронный. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_388781/ (дата обращения: 20.03.2025).

8. О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации [Указ Президента Российской Федерации от 2 июля 2021 года № 400] // Президент России : официальное Интернет-представительство. – Текст : электронный. – URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/47046> (дата обращения: 20.03.2025).

9. Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей [Указ Президента Российской Федерации от 9 ноября 2022 года № 809] // Президент России : официальное Интернет-представительство. – Текст : электронный. – URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/48502> (дата обращения: 20.03.2025).

10. О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года [Указ Президента Российской Федерации от 7 мая 2024 года № 309] // Президент России : официальное Интернет-представительство. – Текст: электронный. – URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/73986> (дата обращения: 20.03.2025).

11. Решение Таганского районного суда г. Москвы от 13 апреля 2018 года об ограничении доступа на территории Российской Федерации к информационным ресурсам, функционирование которых обеспечивается Telegram Messenger LLP по делу № 02-1779/2018 // Официальный портал судов общей юрисдикции города Москвы. – Текст : электронный. – URL: <https://mos-gorsud.ru/rs/taganskij/services/cases/civil/details/2cc72aea-39e7-4f8e-adc9-37d170966efa?caseFinalRangeDateFrom=13.04.2018&caseFinalRangeDateTo=13.04.2018&formType=fullForm> (дата обращения: 20.03.2025).

12. Решение Тверского районного суда города Москвы по делу № 02-2473/2022 // Официальный портал судов общей юрисдикции города Москвы. – Текст : электронный. – URL: <https://mos-gorsud.ru/rs/tverskoj/services/cases/civil/details/de7ea6a0-a3ab-11ec-8a7e-51b31fb55b35?participants=meta&ysclid=luy829a0ru911515927> (дата обращения: 20.03.2025).

13. Закон КНР о борьбе с терроризмом (обнародован в 2015 г., вступил в силу 27 апреля 2018 г.) // China Justice Observer. – Текст : электронный. – URL: <https://ru.chinajusticeobserver.com/law/x/anti-terrorism-law-20180427?ysclid=ltsiobckho547903594> (дата обращения: 20.03.2025).

14. Положения об управлении услугами Интернет-комментариев // Управление киберпространством КНР. – Текст : электронный. – URL: https://www.chinalawtranslate.com/en/comments-section-2022/https://www.gov.cn/xinwen/2022-11/16/content_5727349.htm (дата обращения: 20.03.2025).

15. Поправки к Уголовному закону Китайской Народной Республики 1 сентября 2015 года // China Law Translate. – Текст : электронный. – URL: <https://www.chinalawtranslate.com/en/criminal-law-amm-9/> (дата обращения: 20.03.2025).

16. Правила управления рекомендациями по алгоритму Интернет-информационного сервиса КНР. 4 января 2022 г. // Office of the Central Cyberspace Affairs Commission. – Текст : электронный. – URL: http://www.cac.gov.cn/2022-01/04/c_1642894606364259.htm (дата обращения: 20.03.2025).

17. Решение Постоянного комитета Всенародного собрания об усилении защиты сетевой информации (Принято на тридцатом заседании Постоянного комитета 11-го Всекитайского собрания народных представителей 28 декабря 2012 года) // CNLegal: Блог о законодательстве КНР. – Текст : электронный. – URL: https://cnlegal.ru/civil_law/network_information_protection/ (дата обращения: 20.03.2025).

18. China's New Cybersecurity Law (2016) // Council on Foreign Relations. – Текст : электронный. – URL: <https://www.cfr.org/blog/chinas-new-cybersecurity-law> (дата обращения: 20.03.2025).

19. New Measures for Cybersecurity in China (2022) // White&Case. – Текст : электронный. – URL: <https://www.whitecase.com/insight-alert/china-issued-new-measures-cybersecurity-review-2022> (дата обращения: 20.03.2025).

20. 47 U.S. Code § 230 - Protection for private blocking and screening of offensive material // Legal Information Institute. – Текст : электронный. – URL: <https://www.law.cornell.edu/uscode/text/47/230> (дата обращения: 20.03.2025).
21. Communications Decency Act of 1996 // US Department of Justice. – Текст : электронный. – URL: <https://www.justice.gov/archives/ag/department-justice-s-review-section-230-communications-decency-act-1996> (дата обращения: 20.03.2025).
22. USA Patriot Act (Uniting and Strengthening America by Providing Appropriate Tools Required to Intercept and Obstruct Terrorism Act of 2001) // US Department of Justice. – Текст : электронный. – URL: <http://www.justice.gov/archive/ll/highlights.htm> (дата обращения: 20.03.2025).
23. USA Freedom Act (Uniting and Strengthening America by Fulfilling Rights and Ensuring Effective Discipline over Monitoring Act of 2015) // US Congress. – Текст : электронный. – URL: <https://www.congress.gov/114/plaws/publ23/PLAW-114publ23.htm> (дата обращения: 20.03.2025).
24. Addressing the Threat Posed by TikTok and Taking Additional Steps to Address the National Emergency with Respect to the Information and Communications Technology and Services Supply Chain (Executive Order № 13942, 2020) // Federal Register. – Текст : электронный. – URL: <https://www.federalregister.gov/documents/2020/08/11/2020-17699/addressing-the-threat-posed-by-tiktok-and-taking-additional-steps-to-address-the-national-emergency> (дата обращения: 20.03.2025).

Книги

25. Алмонд, Г. Гражданская культура: политические установки и демократия в пяти странах / Г. Алмонд, С. Верба ; перевод с английского Е. Генделя. – Москва : Мысль, 2014. – 500 с. – ISBN 978-5-244-01171-5.
26. Американская социологическая мысль: тексты / под редакцией В.И. Добренькова. – Москва : Издательство МГУ, 1994. – С. 168-215. – ISBN 5-211-03099-0.
27. Аронсон, Э. Общественное животное. Введение в социальную психологию / Э. Аронсон. – Москва : Аспект-Пресс, 1998. – 517 с. – ISBN 5-7567-0222-9.
28. Бейтсон, Г. Экология разума. Избранные статьи по антропологии, психиатрии и эпистемологии / Г. Бейтсон. – Москва : Смысл. 2000. – 476 с. – ISBN 5-89357-081-2.

29. Бергер, П. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман. – Москва : Медиум, 1995. – 323 с. – ISBN 5-85691-036-2.
30. Блумер, Г. Общество как символическая интеракция // Современная зарубежная социальная психология / Г. Блумер. – Москва : Издательство Московского университета, 1984. – С. 173-179. – ISBN отсутствует.
31. Брунс, А. Реальна ли стена фильтров? / А. Брунс ; перевод с английского А. Архиповой ; под научной редакцией А. Павлова. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2023. – 120 с. – ISBN 978-5-7598-2702-3.
32. Бурдьё, П. Социология политики / П. Бурдьё ; перевод с французского Н.А. Шматко. – Москва : Socio-Logos, 1993. – 336 с. – ISBN 5-86709-005-1.
33. Бурдьё, П. Практический смысл. / П. Бурдьё ; перевод с французского Н.А. Шматко. – Санкт-Петербург : Алетейя, 2001. – 562 с. – ISBN 5-89329-351-7.
34. Бурдьё, П. Социология социального пространства / П. Бурдьё ; перевод с французского Н.А. Шматко. – Москва : Институт экспериментальной социологии; Санкт-Петербург : Алетейя, 2007. – 288 с. ISBN 978-5-903354-05-4.
35. Вебер, М. Хозяйство и общество: очерки понимающей социологии в 4 томах / М. Вебер ; перевод с немецкого Л. Г. Иониной. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2016. – 445 с. – ISBN 978-5-7598-0333-1.
36. Вебер, М. Избранное. Протестантская этика и дух капитализма / М. Вебер ; составитель Ю.Н. Давыдов. – Москва : Центр гуманитарных инициатив, 2017. – 656 с. – ISBN 978-5-98712-801-5.
37. Вельцель, К. Рождение свободы / К. Вельцель ; под редакцией Э.Д. Понарина, О.А. Оберемко ; перевод с английского А.В. Лисовского. – Москва : ВЦИОМ, 2018. – 404 с. – ISBN 978-5-906345-07-3.
38. Володенков, С.В. Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления / С.В. Володенков. – Москва : Издательство Московского университета, 2015. – 272 с. – ISBN 978-5-19-011028-9.
39. Выготский, Л.С. Психология развития человека / Л.С. Выготский. – Москва : Смысл, Эксмо, 2005. – 1136 с. – ISBN 5-699-13728-9.
40. Гарр, Т.Р. Почему люди бунтуют / Т.Р. Гарр. – Санкт-Петербург : Питер, 2005. – 464 с. – ISBN 5-469-00134-2.
41. Герасимов, С.В. Специальные события как триггеры социокультурных процессов / С.В. Герасимов. – Москва : Алетейя, 2022. – 492 с. – ISBN 978-5-00165-430-8.

42. Гидденс, Э. Устроение общества: Очерк теории структуризации / Э. Гидденс. – Москва : Академический Проект, 2005. – 528 с. – ISBN 5-8291-0629-9.
43. Голдстоун, Д. Революции. Очень краткое введение / Д. Голдстоун ; перевод с английского А. Яковлева. – Москва : Издательство Института Гайдара, 2017. – 200 с. – 978-5-93255-493-7.
44. Гоним, В. Революция 2.0 / В. Гоним. – Санкт-Петербург : Лениздат, 2012. – 352 с. – ISBN 978-5-4453-0013-7.
45. Гофман Э. Ритуал взаимодействия: Очерки поведения лицом к лицу / Э. Гофман ; перевод с английского ; под редакцией Н.Н. Богомоловой, Д.А. Леонтьева. – Москва : Смысл, 2009. – 319 с. – ISBN 978-5-89357-276-6.
46. Гофман, А.Б. Традиция, солидарность и социологическая теория. Избранные тексты / А. Б. Гофман. – Москва : Новый Хронограф, 2015. – 496 с. – ISBN 978-5-94881-293-9.
47. Гофман, И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта ; перевод с английского / И. Гофман ; под редакцией Г.С. Батыгина, Л.А. Козловой ; вступительная статья Г.С. Батыгина. – Москва : Институт социологии РАН, 2003. – 752 с. – ISBN 5-93947-011-4.
48. Гоффман, Э. Поведение в публичных местах: заметки о социальной организации соборий / Э. Гоффман ; перевод с английского А.М. Корбута ; под редакцией М.М. Соколова. – Москва : Элементарные формы, 2017. – 381 с. – ISBN 978-5-9500144-0-5.
49. Градосельская, Г.В. Сетевые измерения в социологии: Учебное пособие / Г.В. Градосельская ; под редакцией Г.С. Батыгина. – Москва : Издательский дом «Новый учебник», 2004. – 248 с. – ISBN 5-8393-0341-0.
50. Грачев, М.Н. Демократия: методология исследования, анализ перспектив / М.Н. Грачев, А.С. Мадатов. – Москва : Издательство «Алкигамма», 2004. – 128 с. – ISBN 5-93992-016-0.
51. Грушин, Б.А. Массовое сознание: Опыт определения и проблемы исследования / Б.А. Грушин. – Москва : Политиздат, 1987. – 368 с. — ISBN отсутствует.
52. Грушин, Б.А. Массовое сознание и массовое поведение. Открывая Грушина. Том 3 / Б.А. Грушин ; редакторы-составители М.Е. Аникина, В.М. Хруль. – Москва : Издательство Московского университета, 2012. – 562 с. – ISBN 978-5-211-06519-2.
53. Губанов, Д.А. Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства / Д.А. Губанов, Д.А. Новиков, А.Г. Чхартишвили –

Москва : ООО Издательская фирма «Физико-математическая литература», 2010. – 228 с. – ISBN 978-5-94052-194-5.

54. Дубравин, Д. Психология эмоций: чувства под контролем / Д. Дубравин. – Киев : Агентство «ІРІО», 2018. – 256 с. – ISBN 978-617-7335-00-8.

55. Дюркгейм, Э. О разделении общественного труда. Метод социологии / Э. Дюркгейм ; перевод с французского и послесловие А.Б. Гофмана. – Москва : Наука, 1990. – 575 с. – ISBN 5-02-013399-X.

56. Дюркгейм, Э. Самоубийство: Социологический этюд / Э. Дюркгейм ; перевод с французского с сокращениями В.А. Базарова. – Москва : Мысль, 1994. – 399 с. – ISBN 5-244-00574-X.

57. Дюркгейм, Э. Социология. Ее предмет, метод, предназначение / Э. Дюркгейм ; перевод с французского, составление, послесловие и примечания А.Б. Гофмана. – Москва : Канон, 1995. – 352 с. – ISBN 5-88373-037-X.

58. Зимбардо, Ф. Социальное влияние / Ф. Зимбардо, М. Ляйппе. – Санкт-Петербург : Питер, 2000. – 448 с. – ISBN 5-8046-0172-5.

59. Зиммель, Г. Эссе о Чужаке. Социальное пространство: междисциплинарные исследования : реферативный сборник / Г. Зиммель ; ответственный редактор Л.В. Гирко. – Москва : ИНИОН, 2003. – С. 181-186. – ISBN 5-248-00144-7.

60. Зубофф, Ш. Эпоха надзорного капитализма битва за человеческое будущее на новых рубежах власти / Ш. Зубофф ; перевод с английского А.Ф. Васильева ; под научной редакцией Я. Охонько, А. Смирнова. – Москва : Издательство Института Гайдара. – 2022. – 784 с. – ISBN 978-5-93255-613-9.

61. Идентичность: Личность, общество, политика: Энциклопедическое издание / Л.А. Андреева, А.Л. Бардин, И.И. Баринов [и др.]. – Москва : Весь Мир, 2017. – 992 с. – ISBN 978-5-7777-0697-3.

62. Инглхарт, Р. Культурная эволюция: как изменяются человеческие мотивации и как это меняет мир / Р. Инглхарт. – Москва : Мысль, 2018. – 347 с. – ISBN 978-5-244-01202-6.

63. Инглхарт, Р. Модернизация, культурные изменения и демократия: Последовательность человеческого развития / Р. Инглхарт, К. Вельцель. – Москва : Новое издательство, 2011. – 464 с. – ISBN 978-5-98379-144-2.

64. Йоас, Х. Социальная теория. 20 вводных лекций / Х. Йоас, В. Кнебль ; перевод с немецкого К.Г. Тимофеевой. – Санкт-Петербург : Алетейя, 2011. – 840 с. – ISBN 978-5-91419-524-0.

65. Йоргенсен, М.В. Дискурс-анализ. Теория и метод / М.В. Йоргенсен, Л.Дж. Филлипс ; перевод с английского. – 2-е издание. – Харьков : Издательство «Гуманитарный Центр», 2008. – 352 с. – ISBN 966-8324-06-4.
66. Кастельс, М. Галактика Интернет: размышления об Интернете, бизнесе и обществе / М. Кастельс ; перевод с английского А. Матвеева ; под редакцией В. Харитонов. – Екатеринбург : У-Фактория. Издательство Гуманитарного университета, 2004. – 327 с. – ISBN 5-94799-373-2.
67. Кастельс, М. Власть коммуникации / М. Кастельс ; перевод с английского Н.М. Тылевич ; под научной редакцией А.И. Черных. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2016. – 564 с. – ISBN 978-5-7598-1009-4.
68. Кристакис, Н. Связанные одной сетью: как на нас влияют люди, которых мы никогда не видели / Н. Кристакис, Дж. Фаулер ; перевод с английского Н. Сашиной. – Москва : Юнайтед Пресс, 2011. – 361 с. – ISBN 9785429500225.
69. Крылов, В. SMM handbook / В. Крылов, К. Рудов. – Москва : Литрес, 2020. – 172 с. – ISBN 978-5-04-397407-5.
70. Ландау, Л.Д. Курс теоретической физики. Том 6. Гидродинамика / Л.Д. Ландау, Е.М. Лифшиц. – Москва : Наука. – 1988. – 736 с. – ISBN 5-9221-0121-8.
71. Латур, Б. Пересборка социального: введение в акторно-сетевую теорию / Б. Латур ; перевод с английского И. Полонской ; под редакцией С. Гавриленко. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2014. – 384 с. – ISBN 978-5-7598-0819-0.
72. Лебон, Г. Психология народов и масс / Г. Лебон ; перевод с французского Э. Пименовой, А. Фридмана. – Москва : АСТ, 2016. – 320 с. – ISBN 978-5-17-098789-4.
73. Леонтьев, А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. / А.Н. Леонтьев. – Москва : Политиздат, 1975. – 304 с. – ISBN отсутствует.
74. Леонтьев, А.Н. Биологическое и социальное в психике человека / А.Н. Леонтьев. – Проблемы развития психики. – 4-е издание. – Москва : Издательство МГУКИ, 1981. – 584 с. – ISBN отсутствует
75. Леонтьев, А.Н. Проблемы развития психики / А.Н. Леонтьев. – Москва : МГУ, 1981. – 584 с. – ISBN отсутствует.
76. Лок, Э. Как устроена матрица? Социальное конструирование реальности: теория и практика / Э. Лок, Т. Стронг ; перевод с английского Д.В. Онегова, А.В. Зиндер, К.М. Зиндер, А. Мирзоянца. – Москва : ВЦИОМ, 2021. – 504 с. – ISBN 978-5-906345-35-6.

77. Майерс, Д. Социальная психология / Д. Майерс. – Санкт-Петербург : Питер, 2010. – 794 с. – ISBN 978-5-88782-430-7.
78. Макаров, М.Л. Основы теории дискурса / М.Л. Макаров. – Москва : ИТДГК «Гнозис», 2003. – 280 с. – ISBN 5-94244-005-0.
79. Маклюэн, М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / М. Маклюэн ; перевод с английского В. Николаева ; заключительная статья М. Вавилова. – Москва : «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. – 464 с. – ISBN 5-86090-102-X.
80. Мертон, Р. Социальная теория и социальная структура / Р. Мертон. – Москва : АСТ, 2006. – 873 с. – ISBN 5-17-029089-6.
81. Морено, Я.Л. Социометрия: экспериментальный метод и наука об обществе. / Я.Л. Морено ; перевод с английского А. Боковикова ; под научной редакцией Р. Золотовицкого. – Москва : Академический проект, 2001. – 384 с. – ISBN 5-8291-0110-6.
82. Морозов, Е. Интернет как иллюзия. Обратная сторона Сети / Е. Морозов ; перевод с английского И. Кригера. – Москва : АСТ: CORPUS, 2014. – 528 с. – ISBN 978-5-17-084792-1.
83. Морозов, Е. Техноненависть: как Интернет отучил нас думать / Е. Морозов ; перевод с английского В. Гончарук. – Москва : Common Place, 2014. – 116 с. – ISBN 978-99970-0111-5.
84. Московичи, С. Век толп. Исторический трактат по психологии масс / С. Московичи ; перевод с французского Т.П. Емельяновой. – Москва : Академический проект, 2020. – 396 с. – ISBN 978-5-8291-2786-2.
85. Назаретян, А.П. Психология стихийного массового поведения / А.П. Назаретян. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 158 с. – ISBN 5-9292-0033-5.
86. Нации и национализм / Б. Андерсон, О. Бауэр, М. Хрох [и др.] ; перевод с английского и немецкого Л.Е. Переяславцевой, М.С. Панина, М.Б. Гнедовского. – Москва : Праксис, 2002. – 416 с. – ISBN 5-901574-07-9.
87. Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология / под редакцией В.Л. Иноземцева. – Москва : Academia, 1999. – 631 с. – ISBN 5-87444-067-4.
88. Норт, Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / Д. Норт. – Москва : Фонд экономической книги «Начала», 1997. – 180 с. – ISBN 5-88581-006-0.
89. Олпорт, Г. Становление личности: избранные труды / Г. Олпорт. – Москва : Смысл, 2002. – 461 с. – ISBN 5-89357-098-7.

90. Олсон, М. Логика коллективных действий. Общественные блага и теория групп. Перевод с английского / М. Олсон. – Москва : ФЭИ, 1995. – 174 с. – ISBN 5-201-03380-6.
91. Основы социальной психологии и пропаганды / Ю.А. Шерковин, Н.С. Бирюков, Т.В. Евгеньева [и др.] ; редколлегия Ю.А. Шерковин [и др.]. – Москва : Прогресс, 1985. – 395 с. – ISBN отсутствует.
92. Остром, Э. Управление общим. Эволюция институций коллективного действия / Э. Остром ; перевод с английского Т. Монтян. – Киев, 2013. – 400 с. – ISBN 978-0-521-40599-7.
93. Паризер, Э. За стеной фильтров. Что Интернет скрывает от вас? / Э. Паризер ; перевод с английского А. Ширикова. – Москва : Альпина Бизнес Букс, 2012. – 304 с. – ISBN 978-5-91657-326-8.
94. Парсонс, Т. О структуре социального действия / Т. Парсонс. – Москва : Академический проект, 2000. – 880 с. – ISBN 5-8291-0016-9.
95. Парсонс, Т. Социальная система. / Т. Парсонс. – Москва : Академический проект, 2018. – 529 с. – ISBN 978-5-8291-2255-3.
96. Патнэм, Р. Чтобы демократия сработала: гражданские традиции в современной Италии / Р. Патнэм. – Москва : Ad Marginem, 1996. – 288 с. – ISBN 5-88059-014-3.
97. Пентленд, А. Социальная физика. Как Большие данные помогают следить за нами и отбирают у нас частную жизнь. / А. Пентленд ; перевод с английского Е. Ботневой. – Москва : АСТ, 2018. – 351 с. – ISBN 978-5-17-098520-3.
98. Рейнгольд, Г. Умная толпа: новая социальная революция / Г. Рейнгольд. – Москва : Фаир-Пресс, 2006. – 416 с. – ISBN 5-8183-1004-3.
99. Ричо, Д. Эмоциональные триггеры. Как понять, что вас огорчает, злит или пугает, и обратить реакцию в ресурс / Д. Ричо. – Москва : МиФ, 2022. – 240 с. – ISBN 978-5-00195-075-2.
100. Скочпол, Т. Государства и социальные революции: сравнительный анализ Франции, России и Китая / Т. Скочпол. – Москва : Издательство Института Гайдара, 2017. – 552 с. – ISBN 978-5-93255-491-3.
101. Смелзер, Н. Социология / Н. Смелзер. – Москва : Феникс, 1998. – 688 с. – ISBN 5711301063.
102. Сморгунов, Л.В. Политические сети: теория и методы анализа / Л.В. Сморгунов, А.С. Шерстобитов. – Москва : Издательство «Аспект Пресс», 2014. – 320 с. – ISBN 978-5-7567-0751-9.

103. Сорокин, П.А. Человек. Цивилизация. Общество / П.А. Сорокин ; общая редакция, составление и предисловие А.Ю. Согомонова ; перевод с английского. – Москва : Политиздат, 1992. – 543 с. – ISBN 5-250-01297-3.
104. Сорокин, П.А. Социальная и культурная динамика: социальная и культурная динамика / П.А. Сорокин ; перевод с английского, вступительная статья и комментарии В.В. Сапова. – Москва : Астрель, 2006. – 1176 с. – ISBN 5-271-13359-1.
105. Сорокин, П.А. Система социологии. / П.А. Сорокин. – Москва : Астрель, 2008. – 1003 с. – ISBN 978-5-271-14765-4.
106. Сорокин, П.А. Человек и общество в условиях бедствий. Влияние войны, революции, голода, эпидемии на интеллект и поведение человека, социальную организацию и культурную жизнь / П.А. Сорокин ; перевод с английского, вступительная статья и комментарии В.В. Сапова. – Москва : Академический проект, 2022. – 399 с. – ISBN 978-5-8291-3714-4.
107. Сорокин, П.А. Социология революции / П.А. Сорокин; составление, подготовка текста, вступительная статья и комментарии В.В. Сапова. – Москва : Академический проект, 2023. – 615 с. – ISBN 978-5-8291-3969-8.
108. Спенсер, Г. Основания социологии: Данные социологии. Индукция социологии / Г. Спенсер. – Москва : Издательство Ленанд, 2016. – 440 с. – ISBN 978-5-397-05160-6.
109. Степанов, В.А. Социальные медиа : учебно-методическое пособие / В.А. Степанов. – Минск : БГУ, 2020. – 115 с. – ISBN 978-985-566-840-5.
110. Талер, Р. Nudge. Архитектура выбора. Как улучшить наши решения о здоровье, благосостоянии и счастье / Р. Талер, К. Санстейн ; перевод с английского Е. Петровой ; научный редактор С. Щербаков. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 240 с. – ISBN 9785001007852.
111. Тард, Г. Общественное мнение и толпа / Г. Тард ; под редакцией П. Когана. – Москва : Издательство АСТ, 2021. – 256 с. – ISBN 978-5-17-134422-1.
112. Тернер, Дж. Социальное влияние / Дж. Тернер ; перевод с английского З. Замчук. – Москва : Питер, 2003. – 256 с. – ISBN 5-94723-053-4.
113. Теннис, Ф. Общность и общество. Основные понятия чистой социологии / Ф. Теннис ; перевод с немецкого Д.В. Складнева. – Санкт-Петербург : Фонд «Университет», Владимир Даль, 2002. – 450 с. – ISBN 5-93615-020-8.
114. Тилли, Ч. Борьба и демократия в Европе, 1650–2000 гг. / Ч. Тилли ; перевод с английского А.А. Калинина. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2010. – 456 с. – ISBN 978-5-7598-0734-6.

115. Тилли, Ч. От мобилизации к революции / Ч. Тилли ; перевод с английского Д. Карасева ; под научной редакцией С. Моисеева. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2019. – 432 с. – ISBN 978-5-7598-1527-3.
116. Токвиль, А. Старый порядок и революция / А. Токвиль ; перевод с французского Л.Н. Ефимова. – Санкт-Петербург : Алетейя, 2008. – 248 с. – ISBN 978-5-91419-031-3.
117. Уэбстер, Ф. Теории информационного общества / Ф. Уэбстер. – Москва : Аспект Пресс, 2004. – 400 с. – ISBN 5-7567-0342-X.
118. Флигстин, Н. Теория полей / перевод с английского Е.Б. Головляницыной ; под научной редакцией В.В. Радаева. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2022. – 464 с. – ISBN 978-5-7598-2667-5.
119. Халилов, Д. Маркетинг в социальных сетях / Д. Халилов. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 240 с. – ISBN 978-5-91657-759-4.
120. Хантингтон, С. Политический порядок в меняющихся обществах / С. Хантингтон. – Москва : Прогресс-Традиция, 2004. – 480 с. – ISBN 5-89826-194-X.
121. Шварцмантель, Д. Идеология и политика / Д. Шварцмантель ; перевод с английского Е.В. Пызиной ; под редакцией Т.И. Арсеньевой. – Харьков : Гуманитарный Центр, 2009. – 312 с. – ISBN 978-966-8324-60-4.
122. Шерковин, Ю.А. Психологические проблемы массовых информационных процессов / Ю.А. Шерковин. – Москва : Мысль, 1973. – 217 с. – ISBN отсутствует.
123. Шерковин, Ю.А. Стихийные влияния и внеколлективное поведение. В книге: Социальная психология. Краткий очерк / под общей редакцией Г.П. Предвечного, Ю.А. Шерковина. – Москва : Политиздат, 1975. – 319 с. – ISBN отсутствует.
124. Шмидт, Э. Новый цифровой мир. Как технологии меняют жизнь людей, модели бизнеса и понятие государств / Э. Шмидт, Д. Коэн ; перевод с английского С. Филина. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 368 с. – ISBN 978-5-91657-824-9.
125. Ядов, В.А. О диспозиционной регуляции социального поведения личности / В.А. Ядов. – Методологические проблемы социальной психологии. – Москва : Наука, 1975. – С. 89-105. – ISBN отсутствует.
126. Ядов, В.А. Диспозиционная концепция саморегуляции и прогнозирования социального поведения личности / В.А. Ядов. – Ленинград : Наука, 1979. – 323 с. – ISBN отсутствует.

127. Ядов, В.А. О социологической составляющей диспозиции // Саморегуляция и прогнозирование социального поведения личности: диспозиционная концепция. – Москва : ЦСПиМ, 2013. – 376 с. – ISBN 978-5-906001-04-7.
128. Allport, G. Personality: A psychological interpretation / G. Allport. – New York : Henry Holt, 1937. – 588 p. – ISBN отсутствует.
129. Allport, G. The Psychology of Rumor. / G. Allport, L. Postman. – New York : Russell & Russell, 1965 – 247 p. – ISBN 9780846205647.
130. Anduiza, E. Digital Media and Political Engagement Worldwide: A Comparative Study / E. Anduiza, M.J. Jensen, L. Jorba. – Cambridge : Cambridge University Press, 2012. – 287 p. – ISBN 9781107021426.
131. Bennett, W. The Logic of Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics / W.L. Bennett, A. Segerberg. – Cambridge : Cambridge University Press, 2013. – 256 p. – ISBN 9781107642720.
132. Berger, P.L. The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge / P.L. Berger, T. Luckman. – New York : Doubleday, 1967. – 240 p. – ISBN 9780385058988.
133. Bimber, B. Collective Action in Organizations: Interaction and Engagement in an Era of Technological Change (Communication, Society and Politics) / B. Bimber, A. Flanagin, C. Stohl. – Cambridge : Cambridge University Press, 2012. – 224 p. – ISBN 9780521191722.
134. Bimber, B. Technological change and the shifting nature of political organization. In book: Routledge handbook of Internet politics / B. Bimber. – London : Routledge, 2008. – 528 p. – ISBN 9780203962541.
135. Blau, P. Microprocess and macrostructure. In book: Social exchange theory / P. Blau. – Beverly Hills : Sage, 1988. – P. 128-160. – ISBN 9780803925984.
136. Blumer, H. Collective Behavior. Chapter XIX—XXII / New Outline of the Principles of Sociology / H. Blumer. – New York : Barnes&Nobel, 1951. – P. 167-221. – ISBN отсутствует.
137. Blumer, H. Symbolic interactionism; perspective and method / H. Blumer. – Hoboken : Prentice-Hall, 1969. – 208 p. – ISBN 9780138799243.
138. Bourdieu, P. Outline of a Theory of Practice / P. Bourdieu. – Cambridge : Cambridge University Press, 1977. – 248 p. – ISBN 9781107268111.
139. Burr, V. An Introduction to Social Construction / V. Burr. – London : Routledge, 1995. – 208 p. – ISBN 978-0415104050.
140. Castells, M. Communication Power. 2nd Edition / M. Castells. – Oxford : Oxford University Press, 2011. – 571 p. – ISBN 9780199595693.

141. Castells, M. *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age* / M. Castells. – Cambridge : Polity Press, 2012. – 328 p. – ISBN 978-0-7456-9575-4.
142. Chadwick, A. *The Hybrid Media System: Politics and Power* / A. Chadwick. – Oxford : Oxford University Press, 2017. – 347 p. – ISBN 9780190696733.
143. Cohen, B.C. *Press and Foreign Polic* / B.C. Cohen. – Berkeley : Institute of Governmental Studies, University of California, 1993. – 288 p. – ISBN 9780877723462.
144. Coleman, J. *Foundations of social theory* / J. Coleman. – Cambridge : Harvard University Press, 1990. – 993 p. – ISBN 9780674312258.
145. Coleman, J.S. *The mathematics of collective action* / J.S. Coleman. – Chicago : Aldine Publishing Company, 1973. – 191 p. – ISBN 0-202-30790-5.
146. Dahrendorf, R. *Homo Sociologicus*. In book: *Essays in the Theory of Society* / R. Dahrendorf – Stanford : Stanford University Press, 1968. – 300 p. – ISBN 978-0804702867.
147. Deibert, R. *Access Denied the Practice and Policy of Global Internet Filtering* / R. Deibert, J. Palfrey, R. Rohozinski, J. Zittrain. – Cambridge : MIT Press, 2008. – 472 p. – ISBN 9780262290722.
148. Deibert, R. *Access Controlled: The Shaping of Power, Rights, and Rule in Cyberspace* / R. Deibert, J. Palfrey, R. Rohozinski, J. Zittrain. – Cambridge : MIT Press, 2010. – 634 p. – ISBN 9780262290739.
149. Diani, M. *Studying Collective Action* / M. Diani, R. Eyerman. – London : Sage Publications, 1992. – 272 p. – ISBN 9780803985247.
150. Diani, M. *Social Movements and Networks. Relational Approaches to Collective Action* / M. Diani, J.D. McAdam. – Oxford : Oxford University Press, 2003. – 368 p. – ISBN 9780191530760.
151. Dijk, T. *Context and cognition. Discourse and Context: A Sociocognitive Approach* / T. Dijk. – Cambridge : Cambridge University Press, 2008. – 284 p. – ISBN 9781139473125.
152. Durkheim, E. *The Rules of Sociological Method* / E. Durkheim. – New York : Free Press, 1982. – 269 p. – ISBN 978-0-02-907930-0.
153. Earl, J. *Digitally Enabled Social Change: Activism in the Internet Age* / J. Earl, K. Kimport. – Cambridge : MIT Press, 2011. – 258 p. – ISBN 9780262015103.
154. Edwards, B. *Resources and Social Movement Mobilization*. In book: *The Blackwell Companion to Social Movements* / B. Edwards. – Oxford : Blackwell Publishing, 2004. – P. 116-153. – ISBN 9780631226697.

155. Epstein, I. *The Whole World is Texting: Youth Protest in the Information Age* / I. Epstein. – Rotterdam : Sense Publishers, 2015. – 233 p. – ISBN 978-94-6300-053-6.
156. Epstein, R. *Manipulating Minds: The Power of Search Engines to Influence Votes and Opinions*. In book: *Digital Dominance: The Power of Google, Amazon, Facebook, and Apple* / R. Epstein. – Oxford : Oxford University Press, 2018. – P. 294-319. – ISBN 978-019-0-84511-7.
157. Freedon, M. *Ideologies and Political Theory: A Conceptual Approach* / M. Freedon – Oxford : Clarendon Press, 1996. – 592 p. – ISBN 9780198275329.
158. Freedon, M. *Ideology: A Very Short Introduction* / M. Freedon. – New York : Oxford University Press, 2003. – 160 p. – ISBN 9780191577703.
159. Gerbaudo, P. *Tweets and the Streets: Social Media and Contemporary Activism* / P. Gerbaudo. – London : Pluto Press, 2012. – 216 p. – ISBN 9780745332499.
160. Giddens, A. *Central problems in social theory: Action, structure and contradiction in social analysis* / A. Giddens. – London : Macmillan press, 1979. – 294 p. – ISBN 9780520039759.
161. Glass, G.V. *Meta-Analysis in Social Research*. / G.V. Glass, B. McGaw, M.L. Smith. – Beverly Hills : Sage Publications, 1981. – 280 p. – ISBN 9780803916333.
162. Goffman, E. *Behavior in Public Places: Notes on the Social Organization of Gatherings*. / E. Goffman. – New York : The Free Press, 1963. – 248 p. – ISBN 9780029119303.
163. Goldsmith, J. *Who Controls the Internet? Illusions of a Borderless World* / J. Goldsmith, T. Wu. – Oxford : Oxford University Press, 2008. – 224 p. – ISBN 9780195340648.
164. Goodwin, J. *Passionate Politics: Emotions and Social Movements* / J. Goodwin, J.M. Jasper, F. Polletta. – Chicago : University of Chicago Press, 2001. – 370 p. – ISBN 9780226303987.
165. Gurr, T.R. *Why Men Rebel* / T.R. Gurr. – New York : Routledge, 2015. – 446 p. – ISBN 9781317248941.
166. Homans, G.C. *The humans group* / G.C. Homans. – New York : Harcourt, Brace and Company, 1950. – 484 p. – ISBN 9780155403758.
167. Homans, G.C. *Social behaviour: Its elementary forms* / G.C. Homans. – New York : Harcourt Brace Jovanovich, Inc., 1974. – 386 p. – ISBN 9780155814172
168. Howard, P.N. *Pax Technica: The Impact of Automation on Public Opinion* / P.N. Howard. – New York : Yale University Press, 2015. – 320 p. – ISBN 9780300199475.

169. Howard, P.N. *Lie Machines: How to Save Democracy from Troll Armies, Deceitful Robots, Junk News Operations, and Political Operatives* / P.N. Howard. – New Haven : Yale University Press, 2020. – 240 p. – ISBN 9780300250206.
170. Howard, P.N. *Democracy's Fourth Wave? Digital Media and the Arab Spring*, / P.N. Howard, M.M. Hussain. – Oxford : Oxford University Press, 2013. – 145 p. – ISBN 9780199936977.
171. Jamieson, K.H. *Echo chamber: Rush Limbaugh and the conservative media establishment* / K.H. Jamieson, J.N. Capella. – Oxford, New York : Oxford University Press, 2008. – 320 p. – ISBN 9780199740864.
172. Jasper, J. *The Emotions of Protest* / J. Jasper. – Chicago : University of Chicago Press, 2018. – 304 p. – ISBN 9780226561813.
173. Jones, M.D. *The science of stories: Applications of the narrative policy framework in public policy analysis* / M.D. Jones, E.A. Shanahan, M.K. McBeth. – New York : Palgrave Macmillan, 2014. – 280 p. – ISBN 978-1-137-37012-9.
174. Katz, E. *Personal influence. The part played by people in the flow of mass communications* / E. Katz, P. Lazarsfeld. – New York : Free Press, 1955. – 400 p. – ISBN 9780029171509.
175. Kendall, D. *Sociology in Our Times* / D. Kendall. – Boston : Cengage Learning, 2007. – 752 p. – ISBN 9780495504276.
176. Klandermans, B. *The Social Psychology of Protest* / B. Klandermans. – Hoboken : Wiley, 1997. – 257 p. – ISBN 9780631188780.
177. Klandermans, B. *Mobilization, Political*. In book: *The International Encyclopedia of Political Communication* / B. Klandermans. – Hoboken : John Wiley & Sons, 2015. – 1800 p. – ISSN 9781118290750.
178. Klandermans, P.G. *Collective political action*. In book: *Oxford Handbook of Political Psychology* / P.G. Klandermans. – Oxford : Oxford University Press, 2003. – P. 670-709 – ISBN 9780199729340.
179. Klandermans, P.G. *Promoting or preventing change through political participation: about political actors, movements, and networks*. In book: *The Oxford Handbook of the Human Essence* / P.G. Klandermans. – Oxford : Oxford University Press, 2018. – 285 p. – ISBN 9780190247577.
180. Knight, J. *Institutions and social conflict. The political economy of institutions and decisions* / J. Knight. – Cambridge : Cambridge University Press, 1992. – 252 p. – ISBN 978-0521421898.
181. Knoke, D. *Political Networks. The Structural Perspective* / D. Knoke. – Cambridge : Cambridge University Press, 1990. – 290 p. – ISBN 9780521375528.

182. Labov, W. Narrative Analysis: Oral Versions of Personal Experience. In book: *Essays on the Verbal and the Visual Arts* / W. Labov, J. Waletzky. – Washington : University of Washington Press, 1967. – P. 3-38. – ISBN отсутствует.
183. Laclau, E. Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics / E. Laclau, C. Mouffe. – New York : Verso, 2001. – 198 p. – ISBN 9781859843307.
184. Lakoff, G. The All New Don't Think of an Elephant!: Know Your Values and Frame the Debate / G. Lakoff. – White River Junction : Chelsea Green Publishing, 2014. – 192 p. – ISBN 9781603585958.
185. Lazarsfeld, P. The People's Choice: How the Voter Makes up His Mind in a Presidential Campaign / P. Lazarsfeld, B. Berelson, H. Gaudet. – New York : Columbia University Press, 1948. – 178 p. – ISBN отсутствует.
186. Le Bon, G. The crowd: A study of the popular mind / G. Le Bon. – London : T. Fisher Unwin, 1896. – 262 p. – ISBN отсутствует.
187. Lee, F.L.F. Media and Protest Logics in the Digital Era: The Umbrella Movement in Hong Kong. Oxford Studies in Digital Politics / F.L.F. Lee, J.M. Chan. – Oxford : Oxford University Press, 2018. – 263 p. – ISBN 9780190856779.
188. Lock, A. Social Constructionism: Sources and Stirrings in Theory and Practice / A. Lock, T. Strong. – New York : Cambridge University Press, 2010. – 420 p. – ISBN 9780521708357.
189. Lukes, S. Emile Durkheim: A Historical and Critical Study / S. Lukes. – Puffin : New Edition, 1977. – 704 p. – ISBN 978-0-14055-093-1.
190. Lynch, M. The Arab Uprising: The Unfinished Revolutions of the New Middle East / M. Lynch. – New York : Public Affairs, 2012. – 288 p. – ISBN 9781610390842.
191. March, J.G. Rediscovering Institutions. The Organizational Basis of Politics / J.G. March, J.P. Olsen. – New York : The Free Press, 1989. – 227 p. – ISBN 978-0029201152.
192. McAdam, D. Political Process and the Development of Black Insurgency 1930-1970 / D. McAdam. – Chicago : University of Chicago Press, 1982. – 303 p. – ISBN 9780226555553.
193. McAdam, D. Comparative Perspectives on Social Movements: Political Opportunities, Mobilizing Structures, and Cultural Framings / D. McAdam, J. McCarthy, M. Zald. – New York : Cambridge University Press, 1996. – 426 p. – ISBN 9780521485166.

194. McAdam, D. Social Movements: Readings on Their Emergence, Mobilization, and Dynamics / D. McAdam, D. Snow. – Los Angeles : Roxbury, 1997. – 588 p. – ISBN 0-935732-86-1.
195. McCarthy, J.D. Mobilizing structures: Constraints and opportunities in adopting, adapting and inventing. In book: Comparative Perspectives on Social Movements: Political Opportunities, Mobilizing Structures, and Cultural Framings. – New York : Cambridge University Press, 1996. – P. 139-258. – ISBN 9780521485166.
196. Mead, G.H. The philosophy of the act / G.H. Mead. – Chicago : University of Chicago Press, 1938. – 696 p. – ISBN 9780226516660.
197. Melucci, A. Challenging Codes: Collective Action in the Information Age / A. Melucci. – Cambridge : Cambridge University Press, 1996. – 441 p. – ISBN 9780521578431.
198. Melucci, A. Nomads of the Present: Social Movements and Individual Needs in Contemporary Society / A. Melucci, J.T. Keane, P.V. Mier. – Philadelphia : Temple University Press, 1989. – 288 p. – ISBN 9780091729165.
199. Milbrath, L.W. Political participation: How and why do people get involved in politics? / L.W. Milbrath. – Chicago : Rand McNally, 1965. – 195 p. – ISBN 0394657071.
200. Moreno, J. Who Shall Survive? Foundations of Sociometry, Group Psychotherapy and Sociodrama / J. Moreno. – New York : Beacon House, 1953. – 763 p. – ISBN 0394657071.
201. Morozov, E. The net delusion: The dark side of Internet freedom / E. Morozov. – New York : Public Affairs, 2012. – 448 p. – ISBN 9781610391634.
202. Moscovici, S. Social Representations: Explorations in Social Psychology / S. Moscovici. – New York : Polity Press, 2000. – 313 p. – ISBN 978-0-745-62226-2.
203. Mueller, M.L. Networks and States: The Global Politics of Internet Governance / M.L. Mueller. – Cambridge : MIT Press, 2010. – 320 p. – ISBN 9780262288798.
204. Oberschall, A. Social Conflict and Social Movements / A. Oberschall. – Hoboken : Prentice-Hall, 1973. – 371 p. – ISBN 9780138157616.
205. Oberschall, A. Social Movements, Ideologies, Interests and Identities / A. Oberschall. – Hoboken : Transaction Publishers, 1993. – 402 p. – ISBN 9781560000112.
206. Oberschall, A.R. Social Movements and Collective Action / A.R. Oberschall. – London : Routledge, 1993 – 38 p. – ISBN 9781315129631.

207. Oberschall, A. Conflict and Peace Building in Divided Societies: Responses to Ethnic Violence / A. Oberschall – London : Routledge, 2007. – 260 p. – ISBN 9780415411608
208. Olson, M. The Logic of Collective Action / M. Olson. – Cambridge : Harvard University Press, 1965. – 176 p. – ISBN 9780674537514.
209. Opp, K.D. The Rationality of Political Protest: A Comparative Analysis of Rational Choice Theory / K.D. Opp. – New York : Avalon Publishing, 1989. – 297 p. – ISBN 9780813377582.
210. Opp, K.D. Theories of Political Protest and Social Movements / K.D. Opp. – London : Routledge, 2009. – 403 p. – ISBN 9780415483889.
211. Opp, K. The rationality of political protest: A comparative analysis of rational choice theory / K. Opp, P. Hartmann. – London : Routledge, 2019. – 298 p. – ISBN 9781000305067.
212. Pariser, E. The filter bubble: What the Internet is hiding from you / E. Pariser. – London : Penguin UK, 2011. – 304 p. – ISBN 9780141969923.
213. Parsons, T. The Structure of Social Action / T. Parsons. – New York : McGraw Hill, 1937. – 817 p. – ISBN 0141969923.
214. Pentland, A. Social Physics: How Good Ideas Spread-the Lessons from a New Science / A. Pentland. – New York : The Penguin Press, 2014. – 300 p. – ISBN 9781594205651.
215. Poell, T. Social Media and New Protest Movements. In book: SAGE Handbook of Social Media / T. Poell, J. van Dijck. – London : Sage, 2018. – P. 546-561. – ISBN 9781412962292.
216. Polletta, F. Narrative and Social Movements. In book: The Oxford Handbook of Social Movements. – Oxford : Oxford University Press, 2015. – P. 534-548. – ISBN 9780191667824.
217. Putnam, R. Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community / R. Putnam. – New York : Simon & Schuster, 2000. – 357 p. – ISBN 9780743203043.
218. Rheingold, H. Smart Mobs: The Next Social Revolution / H. Rheingold. – New York : Basic Books, 2002. – 288 p. – ISBN 9780738206080.
219. Ricoeur, P. Lectures on Ideology and Utopia / P. Ricoeur. – Columbia : Columbia University Press, 1986. – 353 p. – ISBN 9780231060486.
220. Schmidt, E. The New Digital Age: Reshaping the Future of People, Nations and Business / E. Schmidt, J. Cohen. – New York : Knopf, 2013. – 336 p. – ISBN 9780307957139.

221. Seliger, M. Ideology and Politics / M. Seliger. – London : Allen & Unwin, 1976. – 352 p. – ISBN 0-04-320110-5.
222. Smelser, N.J. Theory of Collective Behavior / N.J. Smelser. – New York : Free Press, 1962. – 436 p. – ISBN отсу́тствует.
223. Snow, D.A. The framing perspective on social movements: Its conceptual roots and architecture. In book: The Wiley Blackwell Companion to Social Movements. – Hoboken : Blackwell Publishing, 2019. – P. 392-410. – ISBN 978-0-631-22669-9.
224. Sorokin, P.A. Social Mobility / P.A. Sorokin. – New York : Harper & Brothers, 1927 – 559 p. – ISBN отсу́тствует.
225. Sorokin, P.A. The Ways and Power of Love: Types, Factors, and Techniques of Moral Transformation / P.A. Sorokin. – West Conshohocken : Templeton Press, 2002. – 584 p. – ISBN 9781890151867.
226. Sunstein, C.R. Echo chambers / C.R. Sunstein. – Princeton : Princeton University Press, 2001. – 224 p. – ISBN 9781400809059.
227. Sunstein, C.R. Republic.com. / C.R. Sunstein. – Princeton : Princeton University Press, 2001. – 240 p. – ISBN 9780691095899.
228. Sunstein, C.R. Republic.com 2.0 / C.R. Sunstein. – Princeton : Princeton University Press, 2007. – 251 p. – ISBN 9780691133560.
229. Tarrow, S. Struggle, Politics, and Reform: Collective Action, Social Movements, and Cycles of Protest / S. Tarrow. – New York : Cornell University Press, 1989. – 120 p. – ISBN 9780801496431.
230. Tarrow, S. The political structuring of social movements. In book: Comparative Perspectives on Social Movements: Political Opportunities, Mobilizing Structures, and Cultural Framings / S. Tarrow. – New York : Cambridge University Press, 1996. – 426 p. – ISBN 9780521485166.
231. Tarrow, S. Power in Movement / S. Tarrow. – New York : Cambridge University Press, 1998. – 271 p. – ISBN 9780521629478.
232. Thaler, R Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness / R. Thaler, C. Sunstein. – New Haven : Yale University Press, 2008. – 293 p. – ISBN 9780300146813.
233. Theocharis, Y. Political Participation in a Changing World: Conceptual and Empirical Challenges in the Study of Citizen Engagement / Y. Theocharis, J. Van Deth. – London : Routledge, 2018. – 144 p. – ISBN 9780367891404.
234. Thompson, J.B. Studies in the Theory of Ideology / J.B. Thompson. – Cambridge : University of California Press, 1984. – 347 p. – ISBN 9780520054110.
235. Turner, R.H. Collective behavior / R.H. Turner, L.M. Killian. – Hoboken : Prentice-Hall, 1957. – 547p. – ISBN 9780131433489.

236. Turner, R.H. *Collective behavior* / R.H. Turner, L.M. Killian. – Hoboken : Prentice-Hall, 1972. – 434p. – ISBN 9780131406575.
237. Vaccari, C. *Online mobilization in comparative perspective: Digital appeals and political engagement in Germany, Italy, and the United Kingdom*. In book: *Digital Politics: Mobilization, Engagement and Participation*. / C. Vaccari. – London : Routledge, 2018. P. 69-88. – ISBN 9780429862267.
238. van Dijk, T.A. *Discourse and power* / T.A. van Dijk. – London : Macmillan Education, 2008 – 308 p. – ISBN 9780230574083.
239. van Stekelenburg, J. *Individuals in movements: a social psychology of contention*. In book: *The Handbook Social Movements across Disciplines* / J. van Stekelenburg, B. Klandermans. – New York : Springer, 2017. – P. 157–204. – ISBN 978-3-319-57647-3.
240. White, H.C. *Identity and Control: How Social Formations Emerge* / H.C. White. – Princeton : Princeton University Press, 2008. – 456 p. – ISBN 9780691137155.
241. Williams, R.H. *The cultural context of collective action constrains, opportunities, and the symbolic life of social movements*. In book: *The Blackwell Companion to Social Movements* / R.H. Williams. – Hoboken : Blackwell Publishing, 2007. – P. 91-115. – ISBN 978-0-631-22669-7.
242. Woolley, S. *Computational Propaganda: Political Parties, Politicians, and Political Manipulation on Social Media* / S. Woolley, P.N. Howard. – Oxford : Oxford University Press, 2018. – 256 p. – ISBN 9780190931421.
243. Woolley, S. *The bot proxy: Designing automated self expression*. In book: *A Networked Self and Platforms, Stories, Connections* / S. Woolley, S. Shorey, P. Howard. – London : Routledge, 2018. – 230 p. – ISBN 9781138722682.
244. Zuboff, S. *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power* / S. Zuboff. – New York : Public Affairs, 2019. – 704 p. – ISBN 9781610395700.

Статьи

245. Азаров, А.А. *Стратегии формирования установок протестного поведения в сети Интернет: опыт применения киберметрического анализа (на примере Евромайдана, ноябрь 2013 г.)* / А.А. Азаров, Е.В. Бродовская, О.В. Дмитриева [и др.] // *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*. – 2014. – № 3 (121). – С. 56-74. – ISSN 2219-5467.

246. Азаров, А.А. Гражданский активизм российской молодежи в цифровой среде как предиктор активности офлайн: результаты массового опроса и мультиагентного моделирования / А.А. Азаров, Е.В. Бродовская, А.Б. Шатилов // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2021. – № 6. – С. 296-318. – ISSN 2219-5467.

247. Алексеева, Т.А. Агент-структурные отношения: методология конструктивизма / Т.А. Алексеева // Полис. Политические исследования. – 2022. – № 4. – С. 77-93. – ISSN 1026-9487.

248. Антоновский, А.Ю. Социально-сетевые движения как метафора искусственного интеллекта / А.Ю. Антоновский, Р.Э. Бараш // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. – 2019. – № 50. – С. 5-20. – ISSN 1998-863X.

249. Архипова, А.С. «Пересборка митинга»: Интернет в протесте и протест в Интернете / А.С. Архипова, Д.А. Радченко, А.С. Титков [и др.] // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2018. – № 1 (143). – С. 12-35. – ISSN 2219-5467.

250. Ахременко, А.С. Логика протестных кампаний: от эмпирических данных к динамическим моделям (и обратно) / А.С. Ахременко, В.Е. Беленков, А.П. Петров // Полис. Политические исследования. – 2021. – № 3. – С. 147-165. – ISSN 1026-9487.

251. Ахременко, А.С. Влияние новых информационно-коммуникационных технологий на гражданский и политический активизм: «линии напряжения» дискуссионного поля / А.С. Ахременко, Е.В. Бродовская // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2021. – № 6. – С. 4-27. – ISSN 2219-5467.

252. Ахременко, А.С. Гнев, идентичность или вера в успех? Динамика мотивации и участия в белорусских протестах 2020 года / А.С. Ахременко, А.П. Петров // Полис. Политические исследования. – 2023. – № 2. – С. 138-153. – ISSN 1026-9487.

253. Ахременко, А.С. На что способны боты? (Модель протестной и контрпротестной политической мобилизации) / А.С. Ахременко, А.П. Петров, Д.К. Стукал [и др.] // Полития: Анализ. Хроника. Прогноз (Журнал политической философии и социологии политики). – 2021. – № 3 (102). – С. 172-194. – ISSN 2078-5089.

254. Ахременко, А.С. Сеть или текст? Факторы распространения протеста в социальных медиа: теория и анализ данных / А.С. Ахременко, Д.К. Стукал,

А.П. Петров // Полис. Политические исследования. – 2020. – № 2. – С. 73-91. – ISSN 1026-9487.

255. Ахременко, А.С. Влияние силового подавления протеста на обсуждение протестной акции в социальных сетях / А.С. Ахременко, И.Б. Филиппов // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2019. – № 5. – С. 200-225. – ISSN 2219-5467.

256. Ачкасова, В.А. Сетевые средства этнической мобилизации: исследование роли призывов в межэтнических конфликтах / В.А. Ачкасова, О.И. Трохинова // Вестник Томского государственного университета. – 2018. – № 431. – С. 5-11. – ISSN 1561-7793.

257. Бадмацыренов, Т.Б. «Третье пространство», «эхо-камеры» и онлайн-сообщества: воспроизводство политических идеологий в социальных сетях / Т.Б. Бадмацыренов, А.Б. Цыденов, Ф.В. Хандаров // Политическая наука. – 2021. – № 1. – С. 183-204. – ISSN 1998-1775.

258. Балацкий, Е.В. Предпосылки глобальной геополитической инверсии / Е.В. Балацкий // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2014. – № 2 (32). – С. 36-52. – ISSN 1998-0698.

259. Бараш, Р.Э. Социальные медиа как фактор формирования общественно-политических установок, российский контекст / Р.Э. Бараш // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2022. – № 2. – С. 430-453. – ISSN 2219-5467.

260. Батанина, И.А. Экологическая повестка в российском сегменте социальных медиа: результаты анализа больших данных / И.А. Батанина, Е.В. Бродовская, А.Ю. Домбровская, Р.В. Парма // Известия Тульского государственного университета. Науки о Земле. – 2021. – № 2. – С. 409-428. – ISSN 2218-5194.

261. Батанина, И.А. Информационные потоки противников вакцинации: особенности масштаба, репертуара и структуры движения «антиваксеров» в российском сегменте социальных медиа / И.А. Батанина, Е.В. Бродовская, В.А. Лукушин, М.А. Давыдова // Известия Тульского государственного университета. Науки о Земле. – 2022. – № 3. – С. 24-39. – ISSN 2218-5194.

262. Бельский, А.М. Информационные поводы – триггеры и резонансные дискурсы национального медиaprостранства: возможности социологического анализа / А.М. Бельский // Журнал Белорусского государственного университета. Социология. – 2020. – № 3. – С. 111-119. – ISSN 2521-6821.

263. Бикбов, А. Методология исследования «внезапного» уличного активизма (российские митинги и уличные лагеря, декабрь 2011 - июнь 2012) /

А. Бикбов // *Laboratorium: журнал социальных исследований*. – 2012. – № 2. – С. 130-163. – ISSN 2076-8214.

264. Бирюков, С.В. Беларусь: политический кризис 2020 г. / С.В. Бирюков, С.Н. Чирун, А.В. Андреев, Е.Д. Салмыгина // *Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология*. – 2023. – № 73. – С. 228-239. – ISSN 1998-863X.

265. Бродовская, Е.В. Алгоритм автоматизированной идентификации информационных потоков внешнего деструктивного информационно-психологического воздействия на пользователей социальных медиа / Е.В. Бродовская, А.А. Азаров // *Общенациональный научно-политический журнал «Власть»*. – 2024. – № 2. – С. 89-96. – ISSN 2071-5358.

266. Бродовская, Е.В. Пролонгированные политические протесты в России и в Республике Беларусь летом-осенью 2020 года: референтность российской аудитории социальных медиа / Е.В. Бродовская, М.А. Давыдова, Е.А. Еремин // *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. – 2021. – № 1. – С. 6-13. – ISSN 2226-7867.

267. Бродовская, Е.В. Доминирующие типы и стратегии управления сетями недовольства в субъектах России: опыт анализа социальных графов / Е.В. Бродовская, А.Ю. Домбровская, В.А. Лукушин // *Среднерусский вестник общественных наук*. – 2022. – № 4. – С. 15-30. – ISSN 2071-2367.

268. Бродовская, Е.В. Информационный поток протестной мобилизации в российском сегменте социальных медиа / Е.В. Бродовская, М.А. Давыдова, В.А. Лукушин // *Политическая экспертиза: ПОЛИТЭК*. – 2023. – № 2. – С. 195-214. – ISSN 1818-4499.

269. Бродовская, Е.В. Когнитивная карта русскоязычных каналов и блогов о развитии Крыма и Севастополя после «Русской весны» / Е.В. Бродовская, А.Ю. Домбровская // *Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки*. – 2018. – № 3. – С. 23-35. – ISSN 2071-6141.

270. Бродовская, Е.В. Социальная база информационного потока внешнего давления в новых медиа Крыма и Севастополя / Е.В. Бродовская, А.Ю. Домбровская // *Общенациональный научно-политический журнал «Власть»*. – 2020. – № 4. – С. 84-92. – ISSN 2071-5358.

271. Бродовская, Е.В. Интернет-технологии мобилизации политического протеста (на примере Евромайда) / Е.В. Бродовская, А.Ю. Домбровская, А.А. Азаров [и др.] // *Среднерусский вестник общественных наук*. – 2016. – № 4. – С. 54-69. – ISSN 2071-2367.

272. Бродовская, Е.В. Контексты социального недовольства в новых медиа российских региональных кластеров / Е.В. Бродовская, А.Ю. Домбровская, А.А. Азаров, В.А. Лукушин // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2022. – № 6. – С. 57-86. – ISSN 0320-8079.

273. Бродовская, Е.В. Развитие методологии и методики интеллектуального поиска цифровых маркеров политических процессов в социальных медиа / Е.В. Бродовская, А.Ю. Домбровская, Д.Н. Карзубов, А.В. Синяков // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2017. – № 5 (141). – С. 79-104. – ISSN 1815-8617.

274. Бродовская, Е.В. Коммуникационная структура украинских социально-медийных потоков о развитии Крыма в составе РФ: социально-медийная аналитика и дискурсивный анализ / Е.В. Бродовская, А.Ю. Домбровская, Д.Н. Карзубов // Вестник Московского государственного областного университета. – 2018. – № 4. – С. 3-32. – ISSN 2224-0209.

275. Бродовская, Е.В. Дискурсы внешнего информационного давления в Крымском и Севастопольском сегментах Рунета: особенности, адресаты, конфликтогенный потенциал. / Е.В. Бродовская, А.Ю. Домбровская, Р.В. Пырма // Политическая наука. – № 3. – 2020. – С. 243-265. – ISSN 1998-1775.

276. Бродовская, Е.В. Гражданские и политические онлайн-практики в оценках российской молодежи (2018) / Е.В. Бродовская, А.Ю. Домбровская, Р.В. Пырма, А.А. Азаров // Политическая наука. – 2019. – № 2. – С. 180-197. – ISSN 1998-1775.

277. Бродовская, Е.В. Украинские социально-медийные потоки о Крыме: результаты когнитивного картирования украинских блогов и каналов новых медиа / Е.В. Бродовская, А.Ю. Домбровская, Р.В. Пырма, Д.Н. Карзубов // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. – 2018. – № 4. – С. 51-61. – ISSN 2071-6141.

278. Бродовская, Е.В. Стратегии использования социальных сетей в современной России: результаты многомерного шкалирования / Е.В. Бродовская, А.Ю. Домбровская, А.В. Синяков // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2016. – № 1. – С. 283-296. – ISSN 1815-8617.

279. Бродовская, Е.В. Масштаб и риски внешнего деструктивного информационно-психологического воздействия на жителей приграничных с Украиной регионов России в социальных медиа / Е.В. Бродовская, В.А. Лукушин // Общественно-политический журнал «Власть». – 2024. – № 1. – С. 9-15. – ISSN 2071-5358.

280. Бродовская, Е.В. Массовые политические протесты в Республике Беларусь летом-осенью 2020 года: причины возникновения, социальная база, цифровая инфраструктура / Е.В. Бродовская, Е.Р. Никулин, М.А. Давыдова // Журнал политических исследований. – 2021. – № 1. – С. 23-35. – ISSN 2587-6295.
281. Бродовская, Е.В. Практика манипулятивного эффекта поисковых систем в ходе избирательной кампании 2021 г. в России / Е.В. Бродовская, Р.В. Парма, В.А. Лукушин, М.А. Давыдова // Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки. – 2022. – № 4. – С. 73-86. – ISSN 0868-4871.
282. Бродовская, Е.В. Цифровое поколение: гражданская мобилизация и политический протест российской молодежи / Е.В. Бродовская, Т. Хуанг // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2019. – № 5. – С. 3-18. – ISSN 1815-8617.
283. Бубнов, А.Ю. Политический активизм в социальных сетях (на примерах Москвы, Екатеринбурга и Шиеса) / А.Ю. Бубнов, С.Е. Козлов // Журнал политических исследований. – 2021. – № 1. – С. 54-64. – ISSN 2587-6295.
284. Бурдые, П. Социальное пространство и символическая власть / П. Бурдые // Thesis. – 1993. – № 2. – С. 137-150. – ISSN отсутствует.
285. Бурдые, П. Структура, габитус, практика / П. Бурдые // Журнал социологии и социальной антропологии. – 1998. – № 2. – С. 44-58. – ISSN 1029-8053.
286. Бухарин, В.В. Компоненты цифрового суверенитета Российской Федерации как техническая основа информационной безопасности // Вестник МГИМО Университета. – 2016. – № 6 (51). – С. 76-91. – ISSN 2071-8160.
287. Ваньке, А. Интернет-коммуникации как средство и условие политической мобилизации в России (на примере движения «За честные выборы») / А. Ваньке, И. Ксенофонтова, И. Тартаковская // Интеракция. Интервью. Интерпретация. – 2014. – № 7. – С. 44-73. – ISSN 2307-2075.
288. Ваньке, А.В. Коллективное тело протеста / А.В. Ваньке // Социология власти. – 2013. – № 4. – С. 79-103. – ISSN 2074-0492.
289. Васильковский, С.А. Управление Интернетом: системные диспропорции и пути их разрешения / С.А. Васильковский, А.А. Игнатов // Вестник международных организаций. – 2020. – № 4. – С. 7-29. – ISSN 1996-7845.
290. Вахштайн, В.С. Возвращение материального. «Пространства», «сети», «потoki» в акторно-сетевой теории / В.С. Вахштайн // Социологическое обозрение. – 2005. – № 1. – С. 94-115. – ISSN 1728-192X.
291. Володенков, С.В. Особенности Интернета как современного пространства политических коммуникаций / С.В. Володенков // PolitBook. – 2018. – № 3. – С. 6-21. – ISSN 2227-1538.

292. Володенков, С.В. Информационные капсулы как структурный компонент современной политической Интернет-коммуникации / С.В. Володенков, Ю.Д. Артамонова // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. – 2020. – № 53. – С. 188-196. – ISSN 1998-863X.

293. Володенков, С.В. Цифровой суверенитет современного государства в условиях технологических трансформаций: содержание и особенности / С.В. Володенков, А.С. Воронов, Л.С. Леонтьева, М. Сухарева // Полилог. – 2021. – № 1. – ISSN 2587-7011.

294. Володенков, С.В. Цифровизация современного пространства общественно-политических коммуникаций: научные концепции, модели и сценарии / С.В. Володенков, С.Н. Федорченко // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. – 2021. – № 60. – С. 175-193. – ISSN 1998-863X.

295. Володенков, С.В. Цифровые инфраструктуры гражданско-политического активизма: актуальные вызовы, риски и ограничения / С.В. Володенков, С.Н. Федорченко // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2021. – № 6. – С. 97-118. – ISSN 2219-5467.

296. Володенков, С.В. Особенности феномена субъектности в условиях современных технологических трансформаций / С.В. Володенков, С.Н. Федорченко // Полис. Политические исследования. – 2022. – № 5. – С. 40-55. – ISSN 1026-9487.

297. Гавра, Д.П. Медиатизированная мобилизация протеста в социальных сетях: алгоритмы построения речевых стратегий / Д.П. Гавра, Е.В. Быкова // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2021. – № 2. – С. 3-24. – ISSN. 0320-8079.

298. Герасимов, С.В. Специальное событие в информационном шуме социокультурного контекста / С.В. Герасимов // Культура и цивилизация. – 2022. – № 3А. – С. 179–185. – ISSN 2223-5426.

299. Гладченко, И.А. #Зепрезидентслуганароду: политическая мобилизация в Интернет-коммуникациях и социальных сетях во время президентских выборов 2019 г. на Украине / И.А. Гладченко // Журнал политических исследований. – 2019. – № 3. – С. 94-106. – ISSN 2587-6295.

300. Гладченко, И.А. Новые подходы к изучению мобилизации в сетевых сообществах / И.А. Гладченко // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки. – 2019. – № 2. – С. 30-43. – ISSN 2304-9758.

301. Головин, Н.А. Факторы успеха сетевых протестных движений (анализ конфликта вокруг Исаакиевского собора в 2017–2018 гг.) / Н.А. Головин, В.А. Сибирев // Вестник Санкт-Петербургского университета. Философия и конфликтология. – 2020. – № 2. – С. 370-383. – ISSN 2542-2278.
302. Гольбрайх, В.Б. Экологические общественные инициативы в Интернете как новая практика политического участия / В.Б. Гольбрайх // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. – 2016. – № 4 (36). – С. 340-350. – ISSN 1998-863X.
303. Гольбрайх, В.Б. Социальные медиа в локальных экологических конфликтах / В.Б. Гольбрайх // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. – 2019. – № 4. – С. 368-384. – ISSN 2541-9374.
304. Гольбрайх, В.Б. Экологические конфликты в России и цифровое сетевое участие / В.Б. Гольбрайх // Социологические исследования. – 2019. – № 6. – С. 74-85. – ISSN 0132-1625.
305. Гольбрайх, В.Б. Медиапотребление членов виртуальных экологических протестных сообществ (на примере конфликта вокруг мусорного полигона в Архангельской области) / В.Б. Гольбрайх // Вестник Томского государственного университета. – 2021. – № 472. – С. 56-63. – ISSN 1561-7793.
306. Гончаров, Д.В. Антикоррупционные протесты 2017: отражение в Твиттере / Д.В. Гончаров, В.В. Нечай // Политика: Анализ. Хроника. Прогноз (Журнал политической философии и социологии политики). – 2018. – № 1 (88). – С. 65-81. – ISSN 2078-5089.
307. Градосельская, Г.В. Социальные сети: обмен частными трансфертами / Г.В. Градосельская // Социологический журнал. – 1999. – № 1-2. – С. 156-163. – ISSN 1562-2495.
308. Грушевская, В.Ю. Модель фильтрации информации в социальных медиа // В.Ю. Грушевская // Журнал исследований социальной политики. – 2022. – № 3. – С. 393-406. – ISSN 1727-0634.
309. Грушин, Б.А. Логические принципы исследования массового сознания / Б.А. Грушин // Вопросы философии. – 1970. – № 8. – С. 91-99. – ISSN 0042-8744.
310. Данилин, И.В. Влияние цифровых технологий на лидерство в глобальных процессах: от платформ к рынкам? / И.В. Данилин // Вестник МГИМО-Университета. – 2020. – № 1. – С. 100-116. – ISSN 2071-8160.
311. Дегтерев, Д.А. Подходы США и КНР к глобальному управлению киберпространством: «новая биполярность» в «сетевом обществе» / Д.А. Дегтерев, М.С. Рамич, Д.А. Пискунов // Вестник международных организаций. – 2021. – № 3. – С. 7-33. – ISSN 1996-7845.

312. Дойч, К.В. Социальная мобилизация и политическое развитие / К.В. Дойч // Политическая наука. – 2012. – № 2. – С. 196-226. – ISSN 1998-1775.
313. Долгов, А.Ю. Историко-методологическая реконструкция теории созидательного альтруизма Питирима Сорокина / А. Ю. Долгов // Социологические исследования. – 2014. – № 9 (365). – С. 104-114. — ISSN 0132-1625.
314. Домбровская, А.Ю. Репрезентация гражданской активности российской молодежи в социальных медиа / А.Ю. Домбровская // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2021. – № 6. – С. 203-225. – ISSN 2219-5467.
315. Домбровская, А.Ю. Цифровые потоки российской радикальной оппозиции: дискурсы, динамика, социальная база (2021 год) / А.Ю. Домбровская // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. – 2021. – № 4. – С. 79-93. – ISSN 2071-6141.
316. Домбровская, А.Ю. Социально-медийная инфраструктура гражданского участия россиян: анализ графов пересечения аудитории сообществ социально-политической направленности в Рунете / А.Ю. Домбровская, Р.В. Парма, А.А. Азаров // Вестник Института социологии. – 2021. – № 2. – С. 158-174. – ISSN 2221-1616.
317. Домбровская, А.Ю. Методология и методика изучения дискурсивных практик, силы и плотностей связей цифровых сообществ деконсолидационной направленности / А.Ю. Домбровская, Д.Н. Карзубов // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. – 2023. – № 1. – С. 132-145. – ISSN 2071-6141.
318. Домбровская, А.Ю. Социально-медийная инфраструктура гражданского участия россиян: анализ графов пересечения аудитории сообществ социально-политической направленности в Рунете / А.Ю. Домбровская, Р.В. Парма, А.А. Азаров // Вестник Института социологии. – 2021. – № 2. – С. 158–174. – ISSN 2221-1616.
319. Домбровская, А.Ю. Потенциал оппозиционности гражданского участия россиян: результаты кластерного анализа / А.Ю. Домбровская, А.В. Синяков // Политическая наука. – 2021. – № 3. – С. 142-160. – ISSN 1998-1775
320. Евгеньева, Т.В. Психологические особенности формирования оппозиционной повестки дня в сети Интернет / Т.В. Евгеньева, В.А. Губченко // Политическая наука. – 2017. – № 5. – С. 385-401. – ISSN 1998-1775.
321. Еременко, Ю.А. Эмоциональные триггеры внимания и запоминаемости визуального политического контента / Ю.А. Еременко, З.А. Жаворонкова // Вопросы политологии. – 2021. – № 1 (65). – С. 130-139. – ISSN 2225-8922.

322. Ермолаева, П. Цифровой экологический активизм как новая форма экологического участия населения / П. Ермолаева, Ю. Ермолаева, О. Башева // Социологическое обозрение. – 2020. – № 3. – С. 376-408. – ISSN 1728-192X.
323. Есиев, Э.Т. Интернет-технологии политической мобилизации в белорусских протестах на предвыборном этапе / Э.Т. Есиев // Вестник Московского государственного областного университета. – 2021. – № 2. – С. 23-37. – ISSN 2224-0209
324. Ефремов, А.А. Формирование концепции информационного суверенитета государства // Право. Журнал Высшей школы экономики. – 2017. – № 1. – С. 201-215. – ISSN 2072-8166.
325. Жуков, Д.С. Самоорганизованная критичность в социальных медиа: методы изучения политической мобилизации в Сети / Д.С. Жуков // Журнал политических исследований. – 2019. – № 2. – С. 11-23. – ISSN 2587-6295
326. Жуков, Д.С. Сигнатура мятежа: как теория СОК позволяет обнаруживать признаки протестной мобилизации в сети / Д.С. Жуков // Журнал политических исследований. – 2022. – № 1. – С. 3-27. – ISSN 2587-6295.
327. Завгородний, М.Д. Социальная активность в сети Интернет / М.Д. Завгородний // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. – 2012. – № 2. – С. 49-55. – ISSN 2313-2272.
328. Зиммель, Г. Как возможно общество? / Г. Зиммель // Социологический журнал. – 1994. – № 2. – С. 102-114. – ISSN 1562-2495.
329. Зиммель, Г. Мост и дверь / Г. Зиммель // Социология власти. – 2013. – № 3. – С. 145-150. – ISSN 2074-0492.
330. Инглхарт, Р. Постмодерн: Меняющиеся ценности и изменяющиеся общества / Р. Инглхарт // Полис. Политические исследования. – 1997. – № 4. – С. 6-32. – ISSN 1026-9487.
331. Ирхин, Ю.В. Переосмысливая институциональные подходы в политических науках: новые перспективы / Ю.В. Ирхин // Вестник РГГУ. Серия Политология. История. Международные отношения. – 2015. – № 1. – С. 9-20. – ISSN 2073-6339.
332. Исаев, Л.М. Сирия и Йемен: неоконченные революции / Л.М. Исаев, А.Р. Шишкина // Либроком. – 2014. – С. 1-264. – ISSN отсутствует.
333. Кастельс, М. Россия и сетевое сообщество // М. Кастельс, Э. Киселева. – Мир России. – 2000. – № 1. – С. 23-51. – ISSN 1811-038X.
334. Ким, А.С. Самомобилизация хабаровского массового протеста: методология социологического анализа / А.С. Ким // Социология. – 2021. – № 6. – С. 5-14. – ISSN 1812-9226.

335. Климова, А.М. Роль социальных медиа в формировании регионального экологического протеста в России / А.М. Климова, С.П. Куликов, К.Ш. Чмель // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2021. – № 6. – С. 28-52. – ISSN 2219-5467.
336. Колобов, О.А. «Арабская весна»: технологии бунта / О.А. Колобов, Э.Э. Шульц // Полития: Анализ. Хроника. Прогноз (Журнал политической философии и социологии политики). – 2014. – № 1 (72). – С. 119-127. – ISSN 2078-5089.
337. Кольцова, О.Ю. Влияние Интернета на участие в протестах / О.Ю. Кольцова // Полития: Анализ. Хроника. Прогноз (Журнал политической философии и социологии политики). – 2016. – № 1 (80). – С. 90-110. – ISSN 2078-5089.
338. Константинов, М.С. Когнитивный подход к исследованию политических идеологий / М.С. Константинов // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). – 2022. – № 4. – С. 80-95 – ISSN 2224-0209.
339. Корнилов, С.А. Мета-аналитические исследования в психологии / С.А. Корнилов, Т.В. Корнилова // Психологический журнал. – 2010. – № 6. – С. 5-17. – ISSN 0205-9592.
340. Коротаев, А.В. Арабская весна как триггер глобального фазового перехода? / А.В. Коротаев, А.Р. Шишкина, Л.М. Исаев // Полис. Политические исследования. – 2016. – № 3. – С. 108-122. – ISSN 1026-9487.
341. Котляров, М.В. Контролируя неконтролируемое: стратегия российского государства в Интернете / М.В. Котляров // Вестник Пермского университета. Политология. – 2017. – № 3. – С. 41-56. – ISSN 2218-1067.
342. Кривопапов, А.А. Инверсия стратегии в США. Заметки на полях / А.А. Кривопапов // Россия в глобальной политике. – 2022. – № 6. – С. 98-111. – ISSN 1810-6439.
343. Ксенофонтова, И.В. Роль Интернета в развитии протестного движения / И.В. Ксенофонтова // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2012. – № 3 (109). – С. 114-116. – ISSN 1815-8617.
344. Курочкин, А.В. Социальные сети как инструмент политической мобилизации: опасность манипуляции и пределы демократии / А.В. Курочкин // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭК. – 2012. – №3. – С. 200-207. – ISSN 1818-4499.
345. Лезина, Т.А. Рекламная кампания в Интернете: проблема измерения эффекта / Т.А. Лезина, И.Н. Лукичева, И.Н. Сидоров // Вестник Санкт-

Петербургского университета. Экономика. – 2013. – № 1. – С. 132-142. – ISSN 1026-356X.

346. Лобанова, О.Ю. Политическая мобилизация в российских регионах: кампания «За честные выборы!» в Тюмени // Политическая наука. – 2014. – № 4. – С. 131-161. – ISSN 1998-1775.

347. Лысак, И.В. Идентичность: сущность термина и история его формирования / И.В. Лысак // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. – 2017. – № 38. – С. 130-138. – ISSN 1998-863X.

348. Малинова, О.Ю. Концепт идеологии в современных политических исследованиях / О.Ю. Малинова // Политическая наука. – 2003. – № 4. – С. 8-31. – ISSN 1998-1775.

349. Малькевич, А.А. Социальные сети как фактор политической социализации молодежи: от иерархии к сетевой модели / А.А. Малькевич // Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки. – 2019. – № 6. – С. 88-97. – ISSN 0868-4871.

350. Малькевич, А.А. Роль социальных сетей в протестном политическом участии граждан / А.А. Малькевич // Управленческое консультирование. – 2020. – № 1. – С. 35-42. – ISSN 1726-1139.

351. Манойло, А.В. Информационный фактор цветных революций и современных технологий демонтажа политических режимов / А.В. Манойло // Вестник МГИМО Университета. – 2014. – № 6 (39). – С. 61-67. – ISSN 2071-8160.

352. Манойло, А.В. Цветные революции и проблемы демонтажа политических режимов в условиях хаотизации международных отношений / А.В. Манойло // Геополитический журнал. – 2014. – № 5. – С. 2-12. – ISSN 2410-6771.

353. Маркеева, А.В. Цифровая платформа как новый экономический актор и новая инстанция социального контроля / А.В. Маркеева, О.В. Гавриленко // Вестник Московского университета. Серия 7: Философия. – 2019. – № 5. – С. 29-48. – ISSN 0201-7385.

354. Мартынов, К. От slackтивизма к республике: почему Интернет-революции становятся реальностью / К. Мартынов // Логос. – 2012. – № 2 (86). – С. 19-27. – ISSN 0869-5377.

355. Мельник, Г.С. Тактические медиа в деструктивных технологиях протеста / Г.С. Мельник // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 16. Психология. Педагогика. – 2015. – № 3. – С. 83-91. – ISSN 2223-5760.

356. Меркель В. Формальные и неформальные институты в дефектных демократиях / В. Меркель, А. Круассан // Полис. Политические исследования. – 2002. – № 1. – С. 6-18. – ISSN 1026-9487.

357. Мид, Д.Г. Философия акта (избранные фрагменты) / Д.Г. Мид // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 11: Социология. – 2007. – № 1. – С. 118-149. – ISSN 2219-8830.

358. Милованова, М.В. Конфликтная мобилизация в сообществах социальных сетей России как актуальная практика протестной коммуникации: коллективно-личностное измерение / М.В. Милованова, Е.В. Терентьева // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. – 2021. – № 5. – С.122-140. – ISSN 1998-9911.

359. Миронов, В.В. Национальные ценности России: исторические традиции. Статья первая / В.В. Миронов, Е.Н. Моцелков, К.Ю. Аласания [и др.] // Вестник Московского университета. Серия 7: Философия. – 2019. – № 5. – С. 14-28. – ISSN 0201-7385.

360. Миронов, В.В. Национальные ценности России: исторические традиции. Статья вторая / В.В. Миронов, Е.Н. Моцелков, К.Ю. Аласания [и др.] // Вестник Московского университета. Серия 7: Философия. – 2019. – № 6. – С. 46-58. – ISSN 0201-7385.

361. Мирошниченко, И.В. Сетевой подход в политических исследованиях: содержание и направления развития / И.В. Мирошниченко // Человек. Сообщество. Управление. – 2013. – № 3. – С. 68-86. – ISSN 1179-5629.

362. Мирошниченко, И.В. Сетевая публичная политика: контуры предметного поля. / И.В. Мирошниченко, Е.В. Морозова // Полис. Политические исследования. – 2017. – № 2. – С. 82-102. – ISSN 1026-9487.

363. Михалевич, Е.А. Концепция киберсуверенитета Китайской Народной Республики: история развития и сущность / Е.А. Михалевич // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. – 2021. – № 2. – С. 254-264. – ISSN 2313-1438.

364. Никифоров, А.А. Возможности и ограничения протестной мобилизации через социальные сети / А.А. Никифоров // Право и политика. – 2014. – № 12. – С. 1903-1909. – ISSN 1811-9018.

365. Овсянкина, А.В. Применение сетевого подхода в политических исследованиях / А.В. Овсянкина // Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки. – 2014. – № 2. – С. 21-29. – ISSN 0868-4871.

366. Остром, Э. Теория рационального выбора коллективного действия: бихевиористский подход / Э. Остром ; перевод с английского Э.Г. Зверевой //

Вопросы государственного и муниципального управления. – 2010. – № 1. – С. 5-52. – ISSN 1999-5431.

367. Панкратов, С.А. Протестная активность современной молодежи в контексте институционализации цифровой политики / С.А. Панкратов, С.И. Морозов, С.Д. Гаврилов // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 4, История. Регионоведение. Международные отношения. – 2022. – № 1. – С. 213-224. – ISSN 1998-9938.

368. Парма, Р.В. Общественный активизм российских граждан в офлайн- и онлайн-пространствах / Р.В. Парма // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2021. – № 6 (166). – С. 145-170. – ISSN 2219-5467. – Текст : электронный. – DOI 10.14515/monitoring.2021.6.2042. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=47952459> (дата обращения: 20.03.2025).

369. Парма, Р.В. Вовлечение российских граждан в общественное участие онлайн / Р.В. Парма // Вестник Российского фонда фундаментальных исследований. Гуманитарные и общественные науки. – 2021. – № 5 (107). – С. 63-73. – ISSN 2587-6090. – Текст : электронный. – DOI 10.22204/2587-8956-2021-107-05-63-73. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=49966036> (дата обращения: 20.03.2025).

370. Парма, Р.В. Влияние государственной политики ограничений в период «первой волны» пандемии COVID-19 на общественные настроения российских граждан / Р.В. Парма // Политическая наука. – 2022. – № 3. – С. 203-231. – ISSN 1998-1775.

371. Парма, Р.В. Гражданская активность поколений в современном российском обществе / Р.В. Парма // Вестник Института социологии. – 2022. – № 2. Том 13. – С. 31-47. – ISSN 2221-1616. – Текст : электронный. – DOI 10.19181/vis.2022.13.2.788. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=49205249> (дата обращения: 20.03.2025).

372. Парма, Р.В. Отношение российской молодежи к государственной политике регулирования цифровых коммуникаций / Р.В. Парма // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС. – 2022. – № 2. Том 18. – С. 138-150. – ISSN 1818-4499. – Текст : электронный. – DOI 10.21638/spbu23.2022.202. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=48778024> (дата обращения: 20.03.2025).

373. Парма, Р.В. Амбивалентные эффекты общественного участия в пространстве цифровых коммуникаций: дискурсивное поле современных исследований / Р.В. Парма // Общественные науки и современность. – 2023. – № 4. – С. 96-108. – ISSN 0869-0499. – Текст : электронный. – DOI 10.31857/S0869049923040044. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=54738577> (дата обращения: 20.03.2025).

374. Парма, Р.В. Политическая мобилизация протестных настроений в России и Беларуси на цифровых медиа-платформах / Р.В. Парма // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. – 2023. – № 1. – С. 46-57. – ISSN 2071-6141.

375. Парма, Р.В. Продвижение патриотической повестки в социальных медиа среди российской студенческой молодежи / Р.В. Парма // Высшее образование в России. – 2024. – № 1. Том 33. – С. 44-67. – ISSN 0869-3617. – Текст : электронный. – DOI 10.31992/0869-3617-2024-33-1-44-67. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=60036378> (дата обращения: 20.03.2025).

376. Парма, Р.В. Цифровые технологии внешнего деструктивного информационно-психологического воздействия на жителей приграничных с Украиной регионов России / Р.В. Парма, И.Д. Кравчук // Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки. – 2024. – № 2. – С. 114-129. – ISSN 0868-4871.

377. Парма, Р.В. Триггеры политической мобилизации массовых протестов в социальных медиа Российской Федерации и Республики Беларусь в 2020-2021 гг / Р.В. Парма, М.А. Давыдова // Общественно-политический журнал «Власть». – 2022. – № 3. Том 30. – С. 97-103. – ISSN 2071-5358. – Текст : электронный. – DOI 10.31171/vlast.v30i3.9045. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=49168380> (дата обращения: 20.03.2025).

378. Парсонс, Т. Понятие общества: компоненты и их взаимоотношения / Т. Парсонс // Thesis. – 1993. – № 2. – С.94-122. – ISSN отсутствует.

379. Петров, А.П. Важна ли сетевая структура для протестной мобилизации? Результаты агентно-ориентированного моделирования / А.П. Петров, А.С. Ахременко, С.А. Жеглов, Е.В. Кручинская // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2021. – № 6. – С. 226-253. – ISSN 2219-5467.

380. Петухов, А.Ю. Влияние современных СМИ на политические ценности индивида на примере RT и BBC / А.Ю. Петухов, С.А. Полевая, Д.И. Каминченко // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. – 2023. – № 72. – С. 253-271. – ISSN 1998-863X.

381. Петухов, В.В. Гражданский активизм в России: мотивация, ценности и формы участия / В.В. Петухов, Р.Э. Бараш, Н.Н. Седова // Общественно-политический журнал «Власть». – 2014. – № 9. – С. 11-19. – ISSN 2071-5358.

382. Подшибякина, Т.А. Медиаэффекты в структуре диффузионных сетей: технологии когнитивного сетевого контроля / Т.А. Подшибякина // Вестник

Томского государственного университета. – 2020. – № 456. – С. 128-135. – ISSN 1561-7793.

383. Пономарев, Н.А. Организация инфраструктуры протестных акций (на материалах Евромайдана) / Н.А. Пономарев, А.С. Балтодано Усаров [и др.] // Вестник Пермского университета. Политология. – 2018. – № 2. – С. 91-105. – ISSN 2218-1067.

384. Попова, О.В. «Рассерженные горожане»: группа одного интереса? / О.В. Попова // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС. – 2012. – № 2. – С. 58-79. – ISSN 1818-4499.

385. Попова, О.В. Потенциал политического протеста молодежи российских мегаполисов через призму анализа коммуникации в ВКонтакте / О.В. Попова // Южно-российский журнал социальных наук. – 2020. – № 4. – С. 6-23. – ISSN 2619-0567.

386. Попова, О.В. Политическая онлайн-коммуникация молодежи российских мегаполисов / О.В. Попова // Galactica Media: Journal of Media Studies. – 2021. – № 2. – С. 28-54. – ISSN 2658-7734.

387. Пырма, Р.В. Влияние цифровых коммуникаций на политическое участие / Р.В. Пырма // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. – 2019. – № 4 (40). Том 9. – С. 63-69. – ISSN 2226-7867. – Текст : электронный. – DOI 10.26794/2226-7867-2019-9-4-63-69. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=39246648> (дата обращения: 20.03.2025).

388. Пырма, Р.В. Политические грани цифрового гражданства / Р.В. Пырма // Общественно-политический журнал «Власть». – 2019. – № 4. Том 27. – С. 69-78. – ISSN 2071-5358.

389. Пырма, Р.В. Электоральная активность молодежи в США, Великобритании, Франции, Германии и России (сравнительное исследование) / Р.В. Пырма // Полития: Анализ. Хроника. Прогноз (Журнал политической философии и социологии политики). – 2019. – № 4 (95). – С. 188-204. – ISSN 2078-5089. – Текст : электронный. – DOI 10.30570/2078-5089-2019-95-4-188-204. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=43182770> (дата обращения: 20.03.2025).

390. Пырма, Р.В. «Цифровые граждане»: политическое участие российской молодежи онлайн / Р.В. Пырма // Вестник Российского фонда фундаментальных исследований. Гуманитарные и общественные науки. – 2020. – № 5 (102). – С. 143-155. – ISSN 2587-6090. – Текст : электронный. – DOI 10.22204/2587-8956-2020-102-05-143-155. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=46208992> (дата обращения: 20.03.2025).

391. Расторгуев, С.В. Протестный экоактивизм в цифровой среде (на примере «Красноярского кейса») / С.В. Расторгуев, Ю.С. Тянь // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2021. – № 6. – С. 53-75. – ISSN 2219-5467.
392. Римский, В.Л. Гражданское и политическое в социальных сетях Рунета / В.Л. Римский // Политическая наука. – 2013. – № 1. – С. 192-208. – ISSN 1998-1775.
393. Руденкин, Д. Идеология в обществе позднего модерна: исчезновение или трансформация? / Д. Руденкин, А. Логинов // Социологическое обозрение. – 2018. – № 3. – С. 197-220. – ISSN 1728-192X.
394. Руженцева, Н.Б. Триггеры в дискурсе власти и их отражение в СМИ / Н.Б. Руженцева, Н.Н. Кошкарлова, А.П. Чудинов // Язык и культура. – 2020. – № 50. – С. 99-114. – ISSN 1999-6195.
395. Рындина, А.С. Истоки теории ценностей в социологии и направления ее развития / А.С. Рындина // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. – 2021. – № 3. – С. 590-609. – ISSN 2313-2272.
396. Сабурова, Л.А. Факторы социальной мобилизации в Интернет-сообществах / Л.А. Сабурова, Г.А. Благодатский, В.В. Стажилов, П.В. Вантрусев // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. – 2021. – № 3. – С. 156-170. – ISSN 2224-9354.
397. Савенков, Р.В. Теории коллективного поведения и мобилизации ресурсов: развитие концепций анализа политического протеста / Р.В. Савенков, Д.В. Щеглова // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. – 2018. – № 4. – С. 555-563. – ISSN 2313-1438.
398. Селезнева, А.В. Политико-психологический анализ политических ценностей современных российских граждан: поколенческий срез / А.В. Селезнева // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. – 2011. – № 3 (15). – С. 22–33. – ISSN 1998-863X.
399. Селезнева, А.В. Российское общество в постсоветский период: Динамика ценностных изменений элиты и граждан / А.В. Селезнева // Политическая наука. – 2016. – № 5. – С. 149-169. – ISSN 1998-1775.
400. Селезнева, А.В. Концептуально-методологические основания политико-психологического анализа политических ценностей / А.В. Селезнева // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. – 2019. – № 49. – С. 177-192. – ISSN 1998-863X.
401. Сибирев, В.А. Сетевые сообщества в борьбе вокруг решения передать Исаакиевский собор Русской православной церкви (январь – июнь 2017 года) /

В.А. Сибирев, Н.А. Головин, А.А. Клебанов // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2018. – № 1. – С. 296-317. – ISSN 2219-5467.

402. Скалабан, И.А. Курок конфликта. Триггер: опыт концептуализации и категоризации / И.А. Скалабан, З.Н. Сергеева, Ю.С. Лобанов, С.Ю. Волченко // Society and Security Insights. – 2022. – № 3. – С. 66-86. – ISSN 2619-0249.

403. Сморгунов, Л.В. Сравнительная политология. В поисках новых методологических ориентаций: значат что-либо идеи для объяснения политики? / Л.В. Сморгунов // Полис. Политические исследования. – 2009. – № 1. – С. 118-129. – ISSN 1026-9487.

404. Сморгунов, Л.В. Сетевые политические партии / Л.В. Сморгунов // Полис. Политические исследования. – 2014. – № 4. – С. 21-37. – ISSN 1026-9487.

405. Сморгунов, Л.В. Управляемость и сетевое политическое управление / Л.В. Сморгунов // Общенациональный научно-политический журнал «Власть». – 2014. – № 6. – С. 5-14. – ISSN 2071-5358.

406. Сморгунов, Л.В. Факторы гражданского участия на электронных платформах / Л.В. Сморгунов, О.А. Игнатьева // Социологические исследования. – 2021. – № 7. – С. 101-112. – ISSN 0132-1625.

407. Сноу Д.А. Процессы согласования фрейма, микромобилизация и участие в общественном движении // Д.А. Сноу, Р.Э. Берк, С.К. Водэн, Р.Д. Бенфорд // Социология власти. – 2013. – № 4. – С. 187-222. – ISSN 2074-0492.

408. Соколов, А.В. Структура протестной повестки в социальных сетях: проблемы, цели, поддержка / А.В. Соколов, А.А. Беляков // Вестник Российского фонда фундаментальных исследований. Гуманитарные и общественные науки. – 2021. – № 5 (107). – С. 97-108. – ISSN 2587-6090.

409. Соколов, А.В. Трансформация и поддержка экологических повесток в протестных кампаниях в социальных сетях / А.В. Соколов, А.А. Беляков // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. – 2022. – № 67. – С. 202-215. – ISSN 1998-863X.

410. Соколов, А.В. Интернет-технологии в массовых движениях / А.В. Соколов, А.А. Курбанова // Общенациональный научно-политический журнал «Власть». – 2018. – № 9. – С. 35-41. – ISSN 2071-5358.

411. Соколов, А.В. Массовые движения в современной России / А.В. Соколов, А.А. Курбанова // Российский политический процесс в региональном измерении: история, теория, практика. – 2018. – № 11. – С. 125-128. – ISSN 2309-5482.

412. Соколов, А.В. Массовые движения в современной России (на примере движения в поддержку А. Навального) / А.В. Соколов, А.А. Курбанова // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. – 2019. – № 52. – С. 231-245. – ISSN 1998-863X.
413. Соколов, А.В. Мобилизация в общественно-политических кампаниях // Общенациональный научно-политический журнал «Власть». – 2013. – № 11. – С. 55-58. – ISSN 2071-5358.
414. Соколов, А.В. Гражданская мобилизация: механизмы реализации в современной России / А.В. Соколов, А.В. Соловьева // Общенациональный научно-политический журнал «Власть». – 2014. – № 9. – С. 19-24. – ISSN 2071-5358.
415. Сосна, Н.Н. «Лица в облаках», агенты социальных сетей / Н.Н. Сосна // Философский журнал. – 2017. – № 4. – С. 93-103. – ISSN 2072-0726.
416. Стукал, Д.К. Методы наук о данных в политических исследованиях: анализ протестной активности в социальных сетях / Д.К. Стукал, В.Е. Беленков, И.Б. Филиппов // Политическая наука. – 2021. – № 1. – С. 46-75. – ISSN 1998-1775.
417. Суздальцев, А.И. Белорусский политический кризис 2020-2021 гг.: первый этап / А.И. Суздальцев // Мировая экономика и международные отношения. – 2022. – № 5. – С. 88-97. – ISSN 0131-2227.
418. Тарасенко, П.Н. Интернет-СМИ и социальные медиа: роль и место в акциях протеста в Испании в 2011 г. / П.Н. Тарасенко // Медиаскоп. – 2012. – № 1. – С. 13. – ISSN 2074-8051.
419. Терин, В.П. Инверсия как реактивный тип общественного развития / В.П. Терин // Полис. Политические исследования. – 2007. – № 6. – С. 146-152. – ISSN 1026-9487.
420. Толокнев, К.А. Боты, ведущие народ? Модель влияния ботов на политическую мобилизацию и демобилизацию в социальных медиа / К.А. Толокнев // Вестник Пермского университета. Политология. – 2021. – № 4. – С. 16-29. – ISSN 2218-1067.
421. Толокнев, К.А. Невидимый политрук: как алгоритмы персонализации формируют общественное мнение / К.А. Толокнев // Полития: Анализ. Хроника. Прогноз (Журнал политической философии и социологии политики). – 2022. – № 4 (107). – С. 63-82. – ISSN 2078-5089.
422. Туманова, А.С. Гражданское общество в информационно-цифровую эпоху: проблемы трансформации и адаптации / А.С. Туманова, А.А. Сафонов // Мир России. – 2022. – № 2. – С. 6-25. – ISSN 1811-038X.

423. Улановский, А.М. Конструктивистская парадигма в гуманитарных науках / А.М. Улановский // Эпистемология и философия науки. – 2006. – № 4. – С. 129-142. – ISSN 1811-833X.
424. Ушанов, П.В. Идеологическая инверсия как политический ресурс власти «России Путина» / П.В. Ушанов // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2014. – № 9-1 (47). – С. 185-188. – ISSN 2618-9690.
425. Ушкин, С.Г. Социология социальных сетей: ретроспективный анализ / С.Г. Ушкин // Социологический журнал. – 2013. – № 1. – С. 94-110. – ISSN 1562-2495.
426. Ушкин, С.Г. Теоретико-методологические подходы к изучению сетевой протестной активности: от «умной толпы» к «слактивизму» / С.Г. Ушкин // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2015. – № 3. – С. 3-11. – ISSN 1815-8617.
427. Федорченко, С.Н. Политические идентичности в социальных сетях Интернета / С. Н. Федорченко // Вестник Пермского университета. Политология. – 2017. – № 2. – С. 29-46. – ISSN 2218-1067.
428. Филатова, О.Г. Интернет-технологии политической мобилизации в современной России / О.Г. Филатова // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭК. – 2014. – № 4. – С. 57-67. – ISSN 1818-4499.
429. Филиппов, И.Б. Количественные текстовые характеристики как фактор успешности продвижения публикаций в рамках протестной коммуникации в социальных сетях / И.Б. Филиппов // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. – 2020. – № 2. – С. 249-268. – ISSN 2542-0240.
430. Филиппов, И.Б. «Московское дело» как фактор активности протестной коммуникации в социальной сети «ВКонтакте» / И.Б. Филиппов // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. – 2022. – № 3. – С. 530-544. – ISSN 2313-1438.
431. Филиппов, И.Б. Симметричный ответ: силовое подавление акций протеста как драйвер политической коммуникации в онлайн-сетях / И.Б. Филиппов // Полития: Анализ. Хроника. Прогноз (Журнал политической философии и социологии политики). – 2022. – № 2 (105). – С. 24-48. – ISSN 2078-5089.
432. Флигстин, Н. Теория полей / Н. Флигстин, Д. Макадам // Экономическая социология. – № 1. – 2022. – С. 40-100. – ISSN 1726-3247.
433. Хенкин, С.М. Социальные движения нового типа: пример Испании / С.М. Хенкин // Актуальные проблемы Европы. – 2012. – № 2. – С. 151-169. – ISSN 0235-5620.

434. Цепилова, О.Д. Экологический активизм: мобилизация ресурсов «мусорных» протестов в России в 2018–2020 гг. / О.Д. Цепилова, В.Б. Гольбрайх // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2020. – № 23 (4). – С. 136-162. – ISSN 1029-8053.

435. Чмель, К.Ш. Политизация экологического дискурса в Архангельской области на примере строительства мусорного полигона около станции Шиес / К.Ш. Чмель, А.М. Климова, Е.М. Митрохина // Журнал исследований социальной политики. – 2020. – № 1. – С. 83-98. – ISSN 1727-0634.

436. Шаров, К.С. Конструктивистская парадигма в изучении национализма и национальных вопросов / К.С. Шаров // Вестник Московского университета. Серия 7: Философия. – 2006. – № 1. – С. 59-72. – ISSN 0201-7385.

437. Шентякова, А.В. Мобилизация политического протеста молодежи и российские видеоблогеры: результаты когнитивного картирования / А.В. Шентякова, Н.В. Гришин // Galactica Media: Journal of Media Studies. – 2021. – № 2. – С. 88-109. – ISSN 2658-7734.

438. Шерковин, Ю.А. Слухи: их возникновение и разоблачение. / Ю.А. Шерковин // Слово лектора. – 1981. – № 11. – С. 48-52. – ISSN 0131-6605.

439. Шерковин, Ю.А. Проблема ценностных ориентаций и массовые информационные процессы // Психологический журнал. – 1982. – № 5. – ISSN 0205-9592.

440. Шерстобитов, А.С. Коммуникативный подход к анализу политических сетей / А.С. Шерстобитов // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 6. Философия. Культурология. Политология. Право. Международные отношения. – 2010. – № 1. – С. 135-141. – ISSN 1995-0055.

441. Шерстобитов, А.С. «Сетевая публичность» как новый фактор политической мобилизации в современной России: попытка сетевого анализа // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 6. Философия. Культурология. Политология. Право. Международные отношения. – 2013. – № 3. – С. 99-105. – ISSN 1995-0055.

442. Шерстобитов, А.С. Технологии политической мобилизации в социальной сети «ВКонтакте»: сетевой анализ протестного и провластного сегментов / А.С. Шерстобитов, К.А. Брянов // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2013. – № 10-1 (36). – С. 196-202. – ISSN 1997-292X.

443. Шерстобитов, А.С. Проблемы и перспективы сетевого подхода к анализу политики: развитие теории и методов или тщетные поиски «золотого

теленка»? / А.С. Шерстобитов, В.А. Осипов, Н.А. Зарипов // Политическая наука. – 2021. – № 4. – С. 60-93. – ISSN 1998-1775.

444. Шишкина, А.Р. «Арабская весна»: сценарии, основные акторы, движущие силы / А.Р. Шишкина // Политическая наука. – 2014. – № 4. – С. 116-130. – ISSN 1998-1775.

445. Шульц, Э.Э. «Цветные революции»: некоторые проблемы методологии исследования / Э.Э. Шульц // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС. – 2017. – № 2. – С. 88-99. – ISSN 1818-4499.

446. Шульц, Э.Э. Современные протестные акции в развитых странах как форма радикальной мобилизации / Э.Э. Шульц // Международные процессы. – 2018. – № 3 (54). – С. 100-112. – ISSN 1728-2756.

447. Шульц, Э.Э. Протест в России 2017-2021: технологии и закономерности / Э.Э. Шульц // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Государственное и муниципальное управление. – 2021. – № 3. – С. 312-328. – ISSN 2312-8313.

448. Щекотуров, А.В. (Ре)конструирование смыслов политической акции в социальной сети «ВКонтакте»: кейс Ивана Голунова / А.В. Щекотуров, М.И. Кришталь // Мир России. – 2020. – № 4. – С. 150-170. – ISSN 1811-038X.

449. Щербинина, Н.Г. Символическое конструирование мифо-героической политической реальности России / Н.Г. Щербинина // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. – 2008. – № 2 (3). – С. 18-37. – ISSN 1998-863X.

450. Яницкий, О.Н. Экологическое движение как сетевой социально-политический актор / О.Н. Яницкий // Политическая наука. – 2010. – № 2. – С. 109-131. – ISSN 1998-1775.

451. Яницкий, О.Н. Мобилизационный потенциал гражданского общества / О.Н. Яницкий // Мир России. Социология. Этнология. – 2011. – № 2. – С. 113-124. – ISSN 1811-038X.

452. Яницкий, О.Н. Массовая мобилизация: проблемы теории / О.Н. Яницкий // Социологические исследования. – 2012. – № 6 (338). – С. 3-12. – ISSN 0132-1625.

453. Agur, C. Digital Disobedience and the Limits of Persuasion: Social Media Activism in Hong Kong's 2014 Umbrella Movement / C. Agur, N. Frisch // Social Media + Society. – 2019. – № 5 (1). – P. 1-12 – ISSN 2056-3051.

454. Albacete, G. Social Media Mobilisation as a Prompt for Offline Participation? Analysing Occupy Wall Street Twitterers' Offline Engagement with the

Movement / G. Albacete, Y. Theocharis, W. Lowe, J. van Deth // SSRN Electronic Journal. – 2013. – ISSN 1556-5068.

455. Anduiza, E. Mobilization through online social networks: the political protest of the indignados in Spain / E. Anduiza, C. Cristiancho, J. Sabucedo // Information, Communication and Society. – 2014. – № 6. – P. 750-764. – ISSN 1369-118X.

456. Barnes, J. Class and committees in a Norwegian Island Parish / J. Barnes // Human Relations. – 1954. – № 7. – P. 39-58. – ISSN 0018-6267.

457. Bavelas, A. Communication patterns in task-oriented groups / A. Bavelas // Journal of the Acoustical Society of America. – 1950. – № 6. – P. 725-730. – ISSN 0001-4966.

458. Benford, R.D. Framing Processes and Social Movements: An Overview and Assessment / R.D. Benford, D.A. Snow // Annual Review of Sociology. – 2000. – № 26. – P. 611-639. – ISSN 0360-0572.

459. Bennett, W.L. Communicating global activism: Strengths and Vulnerabilities of Networked Politics / W.L. Bennett // Information, Communication and Society. – 2003. – № 6. – P. 143-168. – ISSN 1369-118X.

460. Bennett, W.L. Digital Media and the Personalization of Collective Action: Social Technology and the Organization of Protests Against the Global Economic Crisis / W.L. Bennett, A. Segerberg // Information, Communication & Society. – 2011. – № 14. – P. 770-799. – ISSN 1369-118X.

461. Bennett, W.L. The Logic of Connective Action / W.L. Bennett, A. Segerberg // Information, Communication & Society. – 2012. – № 15 (5). – P. 739-768. – ISSN 1369-118X.

462. Benski, T. The effects of affects: the place of emotions in the mobilizations of 2011 / T. Benski, L. Langman // Current Sociology. – 2013. – № 61 (4). – P. 525-540. – ISSN 0011-3921.

463. Benski, T. From the Streets and Squares to Social Movement Studies: What Have We Learned? / T. Benski, L. Langman // Current Sociology. – 2013. – № 61 (4). – P. 541-561. – ISSN 0011-3921.

464. Bimber, B. The Internet and Political Mobilization: Research Note on the 1996 Election Season / B. Bimber // Social Science Computer Review. – 1998. – № 16 (4). – P. 391-401. – ISSN 0894-4393.

465. Bimber, B. Reconceptualizing Collective Action in the Contemporary Media Environment. / B. Bimber, A.J. Flanagan, C. Stohl // Communication Theory. – 2005. – № 4. – P. 365-388 – ISSN 1050-3293.

466. Boekkooi, M. Quarrelling and protesting. how organizers shape a demonstration. / M. Boekkooi, B. Klandermans, J. van Stekelenburg // *Mobilization*. – 2011. – № 16. – P. 223-242. – ISSN 1086-671X.

467. Bohdanova, T. Unexpected Revolution: The Role of social media in Ukraine's Euromaidan Uprising / T. Bohdanova // *European View*. – 2014. – № 13 (1). – P. 133-142. – ISSN 1781-6858.

468. Bond, R.M. A 61-million-person experiment in social influence and political mobilization / R.M. Bond, C.J. Fariss, J.J. Jones [et al.] // *Nature* – 2012. – № 489 (7415). – P. 295-298. – ISSN 0028-0836.

469. Bott, E. Urban families: Conjugal roles and social networks / E. Bott // *Human Relations*. – 1955. – № 8. – P. 345-383. – ISSN 0018-6267.

470. Boulianne, S. Revolution in the making? Social media effects across the globe / S. Boulianne // *Information, Communication & Society*. – 2019. – № 1 – P. 39-54 – ISSN 1369-118X.

471. Boulianne, S. Social media use and participation: a meta-analysis of current research / S. Boulianne // *Information, Communication & Society*. – 2015. – № 5. – P. 524-538 – ISSN 1369-118X.

472. Boulianne, S. Twenty Years of Digital Media Effects on Civic and Political Participation / S. Boulianne // *Communication Research*. – 2020. – № 47 (7). – P. 947-966 – ISSN 0093-6502.

473. Breuer, A. Social Media and Protest Mobilization: Evidence from the Tunisian Revolution / A. Breuer, T. Landman, D. Farquhar // *Democratization*. – 2014. – № 22 (4). – P. 764-792. – ISSN 1351-0347.

474. Calvo, K. Movimiento 15-M: ¿Quiénes son y que reivindican? / K. Calvo, T. Gomez-Pastrana, L. Mena // *Especial 15-M. Zoom Politico*. – 2011. – № 4. – P. 4-17. – ISSN 0757-0271.

475. Casas, A. Images that matter: online protests and the mobilizing role of pictures / A. Casas, N. Williams // *Political Research Quarterly*. – 2019. – № 2. – P. 360-375. – ISSN 1065-9129.

476. Castells, M. A Network Theory of Power / M. Castells // *International Journal of Communication*. – 2011. – № 5. – P. 773-787. – ISSN 1932-8036.

477. Chadwick, A. Digital Network Repertoires and Organizational Hybridity / A. Chadwick // *Political Communication*. – 2007. – № 24. – P. 283-301. – ISSN 1058-4609.

478. Chadwick, A. Social Media, Professional Media, and Mobilization in Contemporary Britain: Explaining the Strengths and Weaknesses of the Citizens'

Movement 38 Degrees / A. Chadwick, J. Dennis // Political Studies. – 2017. – № 65 (1). – P. 42-60. – ISSN 0032-3217.

479. Cinelli, M. Echo Chambers on Social Media: A comparative analysis / M. Cinelli, G.F. Morales, A. Galeazzi [et al.] // arXiv: Physics and Society. – 2020. – P. 1-15. – ISSN 0757-1357.

480. Clarke, K. Unexpected brokers of mobilization: Contingency and networks in the 2011 Egyptian uprising / K. Clarke // Comparative Politics – 2014. – № 46 (4). – P. 379-397. – ISSN 0010-4159.

481. Clarke, K. Launching revolution: Social Media and the Egyptian Uprising's First Movers / K. Clarke, K. Kocak // British Journal of Political Science. – 2020. – № 50 (3). – P. 1025-1045. – ISSN 0007-1234.

482. Clemens, E.S. Politics and institutionalism: Explaining durability and change / E.S. Clemens, J.M. Cook // Annual Review of Sociology. 1999. – № 25. – P. 441-466. – ISSN 1545-2115.

483. Conover, M.D. The Digital Evolution of Occupy Wall Street / M.D. Conover, E. Ferrara, F. Menczer, A. Flammini // PLoS ONE. – 2013. – № 8 (5). – ISSN 1932-6203.

484. Crain, M. Political Manipulation and Internet Advertising Infrastructure / M. Crain, A. Nadler // Journal of Information Policy. – 2019. – P. 370-410. – ISSN 2381-5892.

485. Davis, J. Viewing systematic reviews and meta-analysis in social research through different lenses / J. Davis, K. Mengersen, S. Bennet // Springer Plus. – 2014. – № 511. – P. 1-9. – ISSN 2193-1801.

486. DeLuca, K.M. Occupy Wall Street on the Public Screens of social media: The Many Framings of the Birth of a Protest Movement / K.M. DeLuca, S. Lawson, Y. Sun // Communication, Culture & Critique. – 2012. – № 5. – P. 483-509 – ISSN 1753-9129.

487. Deutsch, M. A study of normative and informational social influences upon individual judgement / M. Deutsch, H.B. Gerard // Journal of Abnormal Psychology. – 1955. – № 51 (3). – P. 629-636. – ISSN 0021-843X.

488. Diani, M. Social movements and social capital: A network perspective on movement outcome / M. Diani // Mobilization: An International Quarterly. – 1997. – № 2 (2). – P. 129-147. – ISSN 1938-1514.

489. Dijk, V.T. Philosophy of action and theory of narrative / V.T. Dijk // Poetics. – 1976. – № 5. – P. 287-338. – ISSN 0304-422X.

490. DiMaggio, P. The New Institutionalisms: Avenues of Collaboration / P. DiMaggio // Journal of Institutional and Theoretical Economics. – 1998. – № 154 (4). – P. 696-705. – ISSN 0932-4569.

491. Dolata, U. Masses, crowds, communities, movements: Collective action in the Internet age / U. Dolata, J.F. Schrape // *Social Movement Studies*. – 2016. – № 15 (1). – P. 1-18 – ISSN 1474-2837.
492. Downs, A. An Economic Theory of Political Action in a Democracy / A. Downs // *Journal of Political Economy*. – 1957. – № 2. – P. 135-150. – ISSN 0032-1137.
493. Earl, J. Movement Societies and Digital Protest: Fan Activism and Other Nonpolitical Protest Online / J. Earl, K. Kimport // *Sociological Theory*. – 2009. – № 27. – P. 220-243. – ISSN 0735-2751.
494. Earl, J. Changing the world one webpage at a time: Conceptualizing and explaining internet activism / J. Earl, K. Kimport, G. Prieto [et al.] // *Mobilization: An International Journal*. – 2010. – № 15 (4). – P. 425-446. – ISSN 1086-671X.
495. Emirbayer, M. Network Analysis, Culture and the Problem of Agency / M. Emirbayer, J. Goodwin // *American Journal of Sociology*. – 1994. – ISSN 0002-9602.
496. Enikolopov, R. Social Media and Protest Participation: Evidence from Russia / R. Enikolopov, A. Makarin, M. Petrova // *Econometrica*. – 2020. – № 88. – P. 1479-1514. – ISSN 0012-9682.
497. Epstein, R. The search suggestion effect (SSE): A quantification of how autocomplete search suggestions could be used to impact opinions and votes / R. Epstein, S. Aries, K. Grebbien, A.M. Salcedo // *Computers in Human Behavior*. – 2023. – № 160 (4) – P. 1-69 – ISSN 0747-5632.
498. Epstein, R. The search engine manipulation effect (SEME) and its possible impact on the outcomes of elections / R. Epstein, R.E. Robertson // *Proceedings of the National Academy of Sciences USA*. – 2015. – № 112 (33). – P. 4512-4521. – ISSN 0027-8424.
499. Feezell, J.T. Agenda Setting through Social Media: The Importance of Incidental News Exposure and Social Filtering in the Digital Era / J.T. Feezell // *Political Research Quarterly*. – 2018. – № 71 (2). – P. 482-494. – ISSN 1065-9129.
500. Finnemore, M. Taking Stock: The Constructivist Research Program in International Relations and Comparative Politics / M. Finnemore, K. Sikkink // *Annual Review of Political Science*. – 2001. – № 4. – P. 391-416. – ISSN 1094-2939.
501. Flanagan, A.J. Modeling the structure of collective action / A.J. Flanagan, C. Stohl, B. Bimber // *Communication Monographs*. – 2006. – № 73. – P. 29-54. – ISSN 0353-7751.
502. Flaxman, S. Filter Bubbles, Echo Chambers, and Online News Consumption / S. Flaxman, S. Goel, J.M. Rao // *Public Opinion Quarterly*. – 2016. – P. 298-320. – ISSN 0033-362X.

503. Freeden, M. Political Concepts and Ideological Morphology / M. Freeden // The Journal of Political Philosophy. – 1994. – № 2. – P. 140-164. – ISSN 0963-8016.
504. Freelon, D. False equivalencies: Online activism from left to right / D. Freelon, A. Marwick, D. Kreiss // Science. – 2020. – № 369 (6508). – P. 1197-1201. – ISSN 0036-8075.
505. Freelon, D. Quantifying the power and consequences of social media protest / D. Freelon, C. McIlwain, M. Clark // New Media & Society. – 2018. – № 20 (3). – P. 990-1011. – ISSN 1461-4448.
506. Gamson, W. On a Sociology of the Media. Political Communication / W. Gamson // Political Communications. – 2004. – № 21. – P. 305-307. – ISSN 1058-4609.
507. George, J.J. From clicktivism to hacktivism: Understanding digital activism. / J.J. George, D.E. Leidner // Information and Organization. – 2019. – № 29 (3). – P. 1-45. – ISSN 1471-7727.
508. Gilardi, F. Social Media and Political Agenda Setting / F. Gilardi, T. Gessler M. Kubli, S. Müller // Political Communication. – 2021. – № 39. – P. 39-60. – ISSN 1058-4609.
509. González-Bailón, S. The dynamics of protest recruitment through an online network / S. González-Bailón, J. Borge-Holthoefer, A. Rivero, Y. Moreno // Scientific Reports. – 2011. – № 197. – P. 1-20 – ISSN 2045-2322.
510. Granovetter, M. The Strength of Weak Ties. / M. Granovetter // The American Journal of Sociology. – 1973. – № 78 (6). – P. 1360-1380. – ISSN 0002-9602/0001-4966.
511. Gurevitch, J. Meta-analysis and the science of research synthesis / J. Gurevitch, J. Koricheva, S. Nakagawa // Nature. – 2018. – № 555. – P. 175-182. – ISSN 0028-0836.
512. Hall, P.A. Political Science and the Three New Institutionalisms / P.A. Hall, R.C.R Taylor // Political Studies. – 1996. – № 44 (5). – P. 936-957. – ISSN 0032-3217.
513. Hassanpour, N. Media Disruption and Revolutionary Unrest: Evidence From Mubarak's Quasi-Experiment / N. Hassanpour // Political Communication. – 2014. – № 31 (1). – P. 1-24. – ISSN 1058-4609.
514. Hoewe, J.R. The power of media in shaping political attitudes / J.R. Hoewe, C. Peacock // Current Opinion in Behavioral Sciences. – 2020. – P. 19-24. – ISSN 2352-1546.
515. Howard, P. The Role of Digital Media / P. Howard, M. Hussain // Journal of Democracy. – 2011. – № 3. – P. 35-48. – ISSN 1045-5736.

516. Howard, P.N. Bots and automation over Twitter during the first US presidential debate / P.N. Howard, B. Kollanyi, S.C. Woolley // *Comprom Data Memo*. – 2016. – № 1. – P. 1-4. – ISSN отсчитывает.
517. Jasper, J.M. The Emotions of Protest: Affective and Reactive Emotions in and Around Social Movements / J.M. Jasper // *Sociological Forum*. – 1998. – № 13. – P. 397-424. – ISSN 0884-8971.
518. Jenkins, J. Resource Mobilization Theory and the Study of Social Movements / J. Jenkins // *Annual Review of Sociology*. – 1983. – № 9. – P. 527-553. – ISSN 0360-0572.
519. Jost, J.T. How Social Media Facilitates Political Protest: Information, Motivation, and Social Networks / J.T. Jost, P. Barberá, R. Bonneau [et al.] // *Political Psychology*. – 2018. – № 39. – P. 85-118. – ISSN 0162-895X.
520. Klandermans, B. The formation and mobilization of consensus / B. Klandermans // *From structure to action: Comparing social movement research across cultures*. – 1988. – P. 173-196. – ISSN 1043-1365.
521. Klandermans, P.G. Mobilization without organization: The case of unaffiliated demonstrators / P.G. Klandermans, J. van Stekelenburg, M.-L. Damen [et al.] // *European Sociological Review*. – 2014. – № 6. – P. 702-716. – ISSN 0266-7215.
522. Klandermans, B. Potentials, networks, motivations, and barriers: Steps toward participation in social movements / B. Klandermans, D. Oegema // *American Sociological Review*. – 1987. – № 52. – P. 519-531. – ISSN 0003-1224.
523. Klandermans, P.G. Identity Politics and Politicized Identities: Identity Processes and the Dynamics of Protest / P.G. Klandermans // *Political Psychology*. – 2014. – № 35. – P. 1-22. – ISSN 0162-895X.
524. Kosinski, M. Facebook as a research tool for the social sciences: Opportunities, challenges, ethical considerations, and practical guidelines / M. Kosinski, S.C. Matz, S.D. Gosling, V. Popov, D. Stillwell // *American Psychologist*. – 2015. – № 70 (6). – P. 543-556. – ISSN 0003-066X.
525. Kwet, M. Digital Colonialism and Infrastructure-as-Debt / M. Kwet // *University of Bayreuth African Studies Online*. – 2022. – P. 65-77. – ISSN 2628-1791.
526. Kwet, M. Digital Colonialism: US Empire and the New Imperialism in the Global South / M. Kwet // *Race & Class*. – 2019. – № 4. – P. 3-26. – ISSN 0306-3968.
527. Lane, D.S. From Online Disagreement to Offline Action: How Diverse Motivations for Using Social Media Can Increase Political Information Sharing and Catalyze Offline Political Participation / D.S. Lane, D.H. Kim, S.S. Lee [et al.] // *Social Media + Society*. – 2017. – № 3 (3). – P. 1-14 – ISSN 2056-3051.

528. Latané, B. The psychology of social impact / B. Latane // *American Psychologist*. – 1981. – № 36 (4). – P. 343-356. – ISSN 0003-066X.
529. Leach, C.W. Group-level self-definition and self-investment: a hierarchical (multicomponent) model of in-group identification / C.W. Leach, M. van Zomeren, S. Zeibel [et al.] // *Journal of Personality and Social Psychology*. – 2008. – № 95 (1). – P. 144-165. – ISSN 0022-3514.
530. Lee, F.L. Social movement as civic education: communication activities and understanding of civil disobedience in the Umbrella Movement / F.L. Lee // *Chinese Journal of Communication*. – 2015. – № 8 (4). – P. 393-411. – ISSN 1754-4750.
531. Lee, F.L. Social media use and university students' participation in a large-scale protest campaign: The case of Hong Kong's Umbrella Movement / F.L. Lee, H. Chen, M. Chan // *Telematics Informatics*. – 2017. – № 34. – P. 457-469. – ISSN 0736-5853.
532. Lee, F.L.F. Media Communication and the Umbrella Movement: introduction to the special issue / F.L.F. Lee // *Chinese Journal of Communication*. – 2015. – № 8 (4). – P. 333-337. – ISSN 1754-4750.
533. Lee, F.L.F. Digital media activities and mode of participation in a protest campaign: a study of the Umbrella Movement / F.L.F. Lee, J.M. Chan // *Information, Communication & Society*. – 2016. – № 19 (1). – P. 4-22, – ISSN 1369-118X.
534. Lee, P.S.N. Social Media and Umbrella Movement: Insurgent Public Sphere in Formation / P.S.N. Lee, C.Y.K. So, L. Leung // *Chinese Journal of Communication*. – 2015. – № 8 (4). – P. 356-375. – ISSN 1754-4750.
535. Li, Y. Beyond Clicktivism: What Makes Digitally Native Activism Effective? An Exploration of the Sleeping Giants Movement / Y. Li, J.-G. Bernard, M. Luczak-Roesch // *Social Media + Society*. – 2021. – № 7 (3). – P. 1-22 – ISSN 2056-3051.
536. Little, A.T. Communication Technology and Protest / A.T. Little // *Journal of Politics*. – 2016. – № 78 (1). – P. 152-166. – ISSN 0022-3816.
537. MacDuffee, M.M. Social Media and EuroMaidan: A Review Essay / M.M. MacDuffee, J.A. Tucker // *Slavic Review*. – 2017. – № 7-6 (1). – P. 169-191. – ISSN 0037-6779.
538. March, J.G. The New Institutionalism: Organizational Factors in Political Life / J.G. March, J.P. Olsen // *American Political Science Review*. – 1983. – № 78 (3). – P. 734-749. – ISSN 0003-0554.
539. Mateo, E. «All of Belarus has come out onto the streets»: exploring nationwide protest and the role of pre-existing social networks / E. Mateo // *Post-Soviet Affairs*. – 2022. – № 38 (1-2). – P. 26-42. – ISSN 1060-586X.

540. Matz, S.C. Psychological Targeting as an Effective Approach to Digital Mass Persuasion / S.C. Matz, M. Kosinski, G. Nave, D.J. Stillwell // *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*. – 2017. – № 48. – P. 12714-12719. – ISSN 0027-8424.
541. McCarthy, J. Resource Mobilization and Social Movements: A Partial Theory / J. McCarthy, M. Zald // *American Journal of Sociology*. – 1997. – № 82 (6). – P. 1212–1241. – ISSN 0002-9602.
542. McCombs, M.E. A Look at Agenda-setting: past, present and future / M.E. McCombs // *Journalism Studies* – 2005. – № 6. – P. 543-557. – ISSN 1461-670X.
543. McCombs, M.E. The agenda-setting function of mass media / M.E. McCombs, D.L. Shaw // *Public Opinion Quarterly*. – 1972. – P. 176-187. – ISSN 0033-362X.
544. McCombs, M.E. The Evolution of Agenda-Setting Research: Twenty-Five Years in the Marketplace of Ideas / M.E. McCombs, D.L. Shaw // *Journal of Communication*. – 1993. – P. 58-67. – ISSN 0021-9916.
545. McPherson, M. Birds of a feather: Homophily in social networks / M. McPherson, L. Smith-Lovin // *Annual Review of Sociology*. – 2001 – № 27 (1). – P. 415-444. – ISSN 0360-0572.
546. Melucci, A. The symbolic challenge of contemporary movements / A. Melucci // *Social Research* – 1985. – № 52 (4). – P. 789-816. – ISSN 0037-783X.
547. Moreno, J. Two Sociometries, Human and Subhuman / J. Moreno // *Sociometry*. – 1945. – № 1. – P. 64-75. – ISSN 0034-0431.
548. Nguyen, C. Echo Chambers and Epistemic Bubbles / C. Nguyen // *Episteme*. – 2020. – № 17 (2). – P. 141-161. – ISSN 1742-3600.
549. Oberschall, A. Theories of Social Conflict / A. Oberschall // *Review of Sociology*. – 1978. – № 4. – P. 291-315. – ISSN 0390-6701.
550. Onuch, O. EuroMaidan Protests in Ukraine: Social Media Versus Social Networks / O. Onuch // *Problems of Post-Communism*. – 2015. – № 62 (4). – P. 217-235. – ISSN 1075-8216.
551. Onuch, O. Mobilization, Mass Perceptions, and (Dis)information: «New» and «Old» Media Consumption Patterns and Protest / O. Onuch, E. Mateo, J.G. Waller // *Social Media + Society* – 2021. – № 7 (2). – P. 1-18 – ISSN 2056-3051.
552. Onuch, O. The Belarus crisis: people, protest, and political dispositions / O. Onuch, G. Sasse // *Post-Soviet Affairs*. – 2022. – № 38 (1–2). – P. 1-8. – ISSN 1060-586X.

553. Onuch, O. The Maidan in Movement: Diversity and the Cycles of Protest / O. Onuch, G. Sasse // *Europe-Asia Studies*. – 2016. – № 68 (4). – P. 556-587. – ISSN 0966-8136.
554. Onuch, O. Flowers, Tractors, & Telegram: Who are the Protesters in Belarus?: A Survey Based Assessment of Anti-Lukashenka Protest Participants / O. Onuch, G. Sasse, S. Michiels // *Nationalities Papers*. – 2023. – № 51. – P. 1-26. – ISSN 0090-5992.
555. Opp, K.D. Collective identity, rationality and collective political action / K.D. Opp // *Rationality and Society*. – 2012. – № 1. – P. 73-105. – ISSN 1043-4631.
556. Oser, J. How Political Efficacy Relates to Online and Offline Political Participation: A Multilevel Meta-analysis / J. Oser, A. Grinson, S. Boulianne, E. Halperin // *Political Communication*. – 2022. – № 39 (5). – P. 607-633. – ISSN 1058-4609.
557. Ostrom, E. A behavioral approach to the rational choice theory of collective action / E. Ostrom // *American Political Science Review*. – № 92 (1). – P. 1-22. – ISSN 1537-5943.
558. Pan, J. How Saudi crackdowns fail to silence online dissent / J. Pan, A. Siegel // *American Political science review*. – 2020. – № 1. – P. 109-125. – ISSN 1537-5943.
559. Parviz, E. What Will They Think If I Post This? Risks and Returns for Political Expression Across Platforms / E. Parvitz, C.W. Piercy // *Social Media + Society*. – 2021. – № 7 (4). – ISSN 2056-3051.
560. Piedrahita, P. The contagion effects of repeated activation in social networks / P. Piedrahita, J. Borge-Holthoefer, Y. Moreno, S. González-Bailón // *Social Networks*. – 2018. – № 54. – P. 326-335. – ISSN 0378-8733.
561. Polletta, F. Collective identity, and social movements / F. Polletta, J.M. Jasper // *Annual Review of Sociology*. – 2001. – P. 283-305. – ISSN 0360-0572.
562. Postmes, T. Collective Action in the Age of the Internet Mass Communication and Online Mobilization / T. Postmes // *Social Science Computer Review*. – 2002. – № 3. – P. 290-301. – ISSN 0894-4393.
563. Putnam, R. Tuning In, Tuning Out: The Strange Disappearance of Social Capital in America / R. Putnam // *Political Science and Politics*. – № 4. – P. 664-683. – ISSN 1049-0965.
564. Rogers, E.M. Agenda-Setting Research: Where Has It Been? Where Is It Going? / E.M. Rogers, J.W. Dearing // *Communication Yearbook*. – 1988. – № 11. – P. 555-594. – ISSN 0147-4642.
565. Schneider, A.L. Social construction of target populations: implications for politics and policy / A.L. Schneider, H. Ingram // *American Political Science Review*. – 1993. – № 87 (2). – P. 334-347. – ISSN 1537-5943.

566. Simon, B. Towards a social psychological analysis of politicized collective identity: Conceptualization, antecedents, and consequences / B. Simon, B. Klandermans // *American Psychologist* – 2001. – № 56. – P. 319-331. – ISSN 0003-066X.
567. Snow, D.A. Ideology, frame resonance, and participant mobilization. / D.A. Snow, R.D. Benford // *International Social Movement Research*. – 1988. – P. 197-218. – ISSN 1043-1365.
568. Snow, D.A. Frame Alignment Processes, Micromobilization, and Movement Participation // D.A. Snow, B.E. Rochford, S.K. Worden, R.D. Benford // *American Sociological Review*. – 1986. – № 4. – P. 464-481. – ISSN 0003-1224.
569. Sokolov, A.V. Collective action: transformation of online resource into offline activity (a case study of political protest campaigns under A. Navalny's leadership) / A.V. Sokolov, A.A. Kurbanova // *Bulletin of Perm University. Political Science*. – 2020. – № 2. – P. 98-110. – ISSN 2218-1067.
570. Sorokin, P.S. The Promise of John W. Meyer's World Society Theory: "Otherhood" through the Prism of Pitirim A. Sorokin's Integralism / P.S. Sorokin // *American Sociologist*. – № 51. – 2020. – P. 506-525. – ISSN 0003-1232.
571. Stacey, E. Networked Protests: A Review of Social Movement Literature and the Hong Kong Umbrella Movement / E. Stacey // *International Journal of Civic Engagement and Social Change*. – 2015. – № 2 (3). – P. 36-51. – ISSN 2328-5494.
572. Steinert-Threlkeld, Z.C. Online social networks and offline protest / Z.C. Steinert-Threlkeld, D. Mocanu, A. Vespignani, J. Flower // *EPJ Data Science*. – 2015. – № 4 (1). – P. 1-9. – ISSN 2193-1127.
573. Stoycheff, E. Agenda cueing effects of news and social media / E. Stoycheff // *Media Psychology*. – 2018. – №. 2. – C. 182-201. – ISSN 1521-3269.
574. Sunstein, C.R. The law of group polarization. / C.R. Sunstein // *Journal of Political Philosophy*. – 2002. – № 10 (2). – P. 175-195. – ISSN 1467-9760.
575. Tang, G. Mobilization by images: TV screen and mediated instant grievances in the Umbrella Movement / G. Tang // *Chinese Journal of Communication*. – 2015. – № 8 (4). – P. 338-355. – ISSN 1754-4750.
576. Tarrow, S. Cycles of Collective Action: Between Moments of Madness and the Repertoire of Contention / S. Tarrow // *Social Science History*. – 1993. – № 17 (2). – P. 281-307. – ISSN 0145-5532.
577. Thaler, R. Libertarian Paternalism / R. Thaler, C. Sunstein // *The American Economic Review* – 2003. – № 93. – P. 175-179. – ISSN 0002-8282.
578. Theocharis, Y. The Conceptualization of Digitally Networked Participation / Y. Theocharis // *Social Media + Society*. – 2015. – № 1 (2). – P. 1-14. – ISSN 2056-3051.

579. Theocharis, Y. Platform affordances and political participation: how social media reshape political engagement / Y. Theocharis, S. Boulianne, K. Koc-Michalska, B. Bimber // *West European Politics*. – 2022. – № 46 (4). – P. 788-811. – ISSN 0140-2382.
580. Theocharis, Y. Using Twitter to mobilize protest action: online mobilization patterns and action repertoires in the Occupy Wall Street, Indignados, and Aganaktismenoi movements / Y. Theocharis, W. Lowe, J.W. van Deth [et al.] // *Information, Communication & Society*. – 2014. – № 18 (2). – P. 202-220. – ISSN 1369-118X.
581. Theocharis, Y. Does Facebook increase political participation? Evidence from a field experiment / Y. Theocharis, W. Lowe // *Information, Communication and Society*. – 2015. – № 19 (10). – P. 1465-1486. – ISSN 1369-118X.
582. Theocharis, Y. The continuous expansion of citizen participation: A new taxonomy. / Y. Theocharis, J. Van Deth // *European Political Science Review*. – 2016. – № 1. – P. 139-163. – ISSN 1755-7739.
583. Tufekci, Z. Social Media and the Decision to Participate in Political Protest: Observations From Tahrir Square / Z. Tufekci, C. Wilson // *Journal of Communication* – 2012. – № 2. – P. 363-379. – ISSN 0021-9916.
584. van Deth, J.W. A Conceptual Map of Political Participation / J.W. Van Deth // *Acta Politica*. – 2014. – № 3. – P. 349-367. – ISSN 0001-6810.
585. van Stekelenburg, J. Combining motivations and emotion: The motivational dynamics of protest participation / J. van Stekelenburg, B. Klandermans, W.W. van Dijk // *International Journal of Social Psychology*. – 2011. – № 26 (1). – P. 91-104. – ISSN 0213-4748.
586. van Zomeren, M. Toward an integrative social identity model of collective action: A quantitative research synthesis of three socio-psychological perspectives / M. van Zomeren, T. Postmes, R. Spears // *Psychological Bulletin*. – 2008. – № 134. – P. 504-535. – ISSN 0033-2909.
587. van Zomeren, M. Exploring psychological mechanisms of collective action: Does relevance of group identity influence how people cope with collective disadvantage? / M. van Zomeren, R. Spears, C.W. Leach // *British Journal of Social Psychology*. – 2008. – № 47. – P. 353-372. – ISSN 0144-6665.
588. Watts, D. Collective Dynamics of Small-World Networks. // D. Watts, S. Strogatz // *Nature*. – 1998. – № 393. – P. 440-442. – ISSN 0028-0836.
589. Weaver, K. Setting and Firing Policy Triggers / K. Weaver // *Journal of Public Policy*. – 1989. – № 9 (3). – P. 307-336. – ISSN 0143-814X.
590. Wijermars, M. Is Telegram a «harbinger of freedom»? The performance, practices, and perception of platforms as political actors in authoritarian states /

M. Wijermars, T. Lokot // *Post-Soviet Affairs*. – 2022. – № 38 (1–2). – P. 125-145. – ISSN 1060-586X.

591. Woolley, S. Automating power: Social bot interference in global politics. / S. Woolley // *First Monday*. – 2016. – № 21 (4). – ISSN 1396-0466.

592. Woolley, S. Automation, algorithms, and politics | Political communication, computational propaganda, and autonomous agents. / S. Woolley, P.N. Howard // *International Journal of Communication*. – 2016. – № 10 – P. 4882-4890. – ISSN 1932-8036.

Диссертации

593. Губанов, Д.А. Модели и методы информационного влияния и управления в активных сетевых структурах : специальность 05.13.10 «Управление в социальных и экономических системах» : диссертация на соискание ученой степени доктора технических наук / Губанов Дмитрий Алексеевич ; Институт проблем управления им. В.А. Трапезникова Российской академии наук. – Москва, 2021. – 307 с. – Библиогр.: с. 280-307.

Электронные ресурсы

594. В Подмосковье продолжаются экологические протесты. 14 апреля 2018 // *Ведомости*. – Текст : электронный. – URL: <https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2018/04/14/766717-mitingi-protiv-svalok> (дата обращения: 20.03.2025).

595. В чем Марк Цукерберг признался Конгрессу США. 02 апреля 2018 // *ТАСС*. – Текст : электронный. – URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/5115766?ysclid=lu2i6ey5s8723718391> (дата обращения: 20.03.2025).

596. ВЦИОМ. Новости: Деятельность общественных институтов // ВЦИОМ. – Текст : электронный. – URL: <https://wciom.ru/ratings/deyatelnost-obshchestvennykh-institutov/page> (дата обращения: 20.03.2025).

597. ВЦИОМ. Новости: Индексы социальных оценок // ВЦИОМ. – Текст : электронный. – URL: <https://wciom.ru/ratings/indeksy-socialnykh-ocenok> (дата обращения: 20.03.2025).

598. ВЦИОМ. Новости: Митинги «за честные выборы»: есть ли у них будущее? 22 марта 2012 // ВЦИОМ. – Текст : электронный. – URL:

<https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/mitingi-za-chestnye-vybory-est-li-u-nikh-budushhee> (дата обращения: 20.03.2025).

599. ВЦИОМ. Новости: Новости, достойные доверия. 26 декабря 2023 // ВЦИОМ. – Текст : электронный. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/novosti-dostoinye-doverija> (дата обращения: 20.03.2025).

600. ВЦИОМ. Новости: О современном российском патриотизме // ВЦИОМ. 29 марта 2024 – Текст : электронный. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/o-sovremennom-rossiiskom-patriotizme> (дата обращения: 20.03.2025).

601. ВЦИОМ. Новости: Патриотизм: мониторинг. 11 апреля 2023 // ВЦИОМ. – Текст : электронный. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/patriotizm-monitoring> (дата обращения: 20.03.2025).

602. ВЦИОМ. Новости: Пользование Интернетом // ВЦИОМ. – Текст : электронный. – URL: <https://wciom.ru/ratings/polzovanie-internetom> (дата обращения: 20.03.2025).

603. ВЦИОМ. Новости: Протестный потенциал // ВЦИОМ. – Текст : электронный. – URL: <https://wciom.ru/ratings/protestnyi-potencial> (дата обращения: 20.03.2025).

604. ВЦИОМ. Новости: Специальная военная операция: два года спустя. 24 февраля 2024 // ВЦИОМ. – Текст : электронный. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/specialnaja-voennaja-operacija-dva-goda-spustja> (дата обращения: 20.03.2025).

605. ВЦИОМ. Новости: Тренды медиапотребления. 06 октября 2022 // ВЦИОМ. – Текст : электронный. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/trendy-mediapotreblenija-2022> (дата обращения: 20.03.2025).

606. ВЦИОМ. Новости: Фейк-ньюс - и как с ними бороться? 22 ноября 2023 // ВЦИОМ. – Текст : электронный. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/feik-njus-i-kak-s-nimi-borotsja> (дата обращения: 20.03.2025).

607. ВЦИОМ. Новости: Ценность #1: навстречу году семьи. 23 ноября 2023 // ВЦИОМ. – Текст : электронный. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/cennost-1-navstrechu-godu-semi> (дата обращения: 20.03.2025).

608. Гражданская активность в интернете. 09 июля 2013 // ФОМ. – Текст : электронный. – URL: <https://fom.ru/Obraz-zhizni/10985> (дата обращения: 20.03.2025).

609. Гражданская активность в интернете. 12 сентября 2012 // ФОМ. – Текст : электронный. – URL: <https://fom.ru/SMI-i-internet/10622> (дата обращения: 20.03.2025).

610. Доклад Общественной палаты Российской Федерации «Анализ эффективности мер по обеспечению переработки твердых коммунальных отходов и предложения по обеспечению учета мнения граждан Российской Федерации ...» / Общественная палата Российской Федерации. – Текст : электронный. – URL: https://www.oprf.ru/files/1_2019dok/Doklad_TKO_OPRF25012019.pdf (дата обращения: 20.03.2025).

611. Извинения и сожаления: Цукерберг дал первые показания в конгрессе США. 11 апреля 2018 // РИА Новости. – Текст : электронный. – URL: <https://ria.ru/20180411/1518351360.html> (дата обращения: 20.03.2025).

612. История блокировки Telegram в России. 18 июня 2020 // ТАСС. – Текст : электронный. – URL: <https://tass.ru/info/8761201?ysclid=lv7v6aaais8206590722> (дата обращения: 20.03.2025).

613. Как увеличить конверсию в социальных сетях. 11 мая 2023 // Popsters. – Текст : электронный. – URL: <https://popsters.ru/blog/post/kak-uvulichit-konversiyu-v-socialnyh-setyah> (дата обращения: 20.03.2025).

614. Лекция «Цифровой активизм и новая культура протеста» // Афиша Relax by. – Текст : электронный. – URL: <https://afisha.relax.by/education/10543755-lekcija-cifrovoj-aktivizm-i-novaja-kulytura-protesta/minsk/> (дата обращения: 20.03.2025).

615. Новостная информация и телевидение. 28 июля 2023 // ФОМ. – Текст : электронный. – URL: <https://fom.ru/SMI-i-internet/14902> (дата обращения: 20.03.2025).

616. О частичном снятии мер по замедлению трафика Twitter. 17 мая 2021 // Роскомнадзор. – Текст : электронный. – DOI отсутствует – URL: <https://rkn.gov.ru/news/rsoc/news73632.htm> (дата обращения: 20.03.2025).

617. Отношение жителей Архангельской области к проекту строительства Экотехнопарка Шиес. 26 августа 2019 // Левада-Центр. – Текст : электронный. – URL: <https://web.archive.org/web/20191229235743/https://www.levada.ru/2019/08/26/otnoshenie-zhitelej-arhangelskoj-oblasti-k-proektu-stroitelstva-ekotehnoparka-shies/> (дата обращения: 20.03.2025).

618. Палата представителей Конгресса США одобрила законопроект о запрете TikTok. 13 марта 2024 // Forbes Россия. – Текст : электронный. – URL: <https://www.forbes.ru/tekhnologii/508056-palata-predstavitelej-kongressa-ssa-odobrila-zakonoproekt-o-zaprete-tiktok> (дата обращения: 20.03.2025).

619. Постановление Таганского районного суда от 21 декабря 2023 года по делу № 5-6675/2023 об административных правонарушениях в отношении Гугл ЛЛС (Google LLC) // Официальный портал судов общей юрисдикции города Москвы. – Текст : электронный. – URL: <https://mos-gorsud.ru/rs/taganskij/services/cases/admin/details/194ca400-7338-11ee-8905-2fc079285453> (дата обращения: 20.03.2025).

620. Правовое регулирование сегментов Интернета: информационно-аналитический доклад // Центр политической информации. – Текст : электронный. – URL: https://polit-info.ru/images/data/gallery/0_9764__regulirovanie_interneta.pdf (дата обращения: 20.03.2025).

621. Предпочтительные источники информации: интернет. 15 февраля 2023 // ФОМ – Текст : электронный. – URL: <https://fom.ru/SMI-i-internet/14836> (дата обращения: 20.03.2025).

622. Протестный потенциал. Опрос «ФОМнибус» 4–5.03.2017 // ФОМ. – Текст : электронный. – URL: <https://bd.fom.ru/pdf/d09pp17.pdf?ysclid=lz47kexmsa53543406> (дата обращения: 20.03.2025).

623. Роскомнадзор расширил реестр социальных сетей. 12 марта 2024 // Роскомнадзор. – Текст : электронный. – URL: <https://rkn.gov.ru/news/rsoc/news74813.htm> (дата обращения: 20.03.2025).

624. Рост протестной активности в России: результаты всероссийского мониторинга 2017-2018 гг. // ЦЭПР. – Текст : электронный. – URL: <https://www.kprfnsk.ru/upload/iblock/c1a/Протесты-в-РФ-всероссийский-мониторинг.pdf> (дата обращения: 20.03.2025).

625. Социальные сети в России: цифры и тренды, осень 2023 // Блог Brand Analytics. - все о бренд мониторинге и социальной аналитике. – Текст : электронный. – URL: <https://brandanalytics.ru/blog/social-media-russia-autumn-2023/?ysclid=lst78a0pn505782689> (дата обращения: 20.03.2025).

626. Социологический опрос «ФОМнибус». Гражданская активность в интернете. 09 июля 2013 // ФОМ. – Текст : электронный. – URL: <https://fom.ru/Obraz-zhizni/10985> (дата обращения: 20.03.2025).

627. Статистика интернета и соцсетей 2018-2019 в мире и в России // Web-canape. 11 февраля 2019 – Текст : электронный. – URL: <https://www.web-canape.ru/business/vsya-statistika-interneta-na-2019-god-v-mire-i-v-rossii/?ysclid=lzb4q2j9hg392368833> (дата обращения: 20.03.2025).

628. Телеграм-канал Телеграфика // Telegram. – Текст : электронный. – URL: <https://t.me/telegraficae> (дата обращения: 20.03.2025).

629. Управление сообщениями. 20 декабря 2020 // Chinafile. – Текст : электронный. – URL: <https://www.chinafile.com/reporting-opinion/features/message-control-china> (дата обращения: 20.03.2025).

630. Хроника массового протеста: «Евромайдан» в развитии. 25 января 2014 // Forbes Россия. – Текст : электронный. – URL: <https://www.forbes.ru/sobytiya-photogallery/249987-khronika-massovogo-protesta-kak-razvivaetsya-evroimaidan/photo/8> (дата обращения: 20.03.2025).

631. «Политика социальной сети изменилась»: разблокируют ли Twitter в России. 12 апреля 2023 // Газета.Ру. – Текст : электронный. – URL: <https://www.gazeta.ru/politics/2023/04/12/16548169.shtml> (дата обращения: 20.03.2025).

632. «Это разбойное нападение» США объявили TikTok угрозой и заставили подчиниться. Почему им это удалось? 21 сентября 2020 // Lenta.ru. – Текст : электронный. – URL: https://lenta.ru/articles/2020/09/21/tiktok_usa/ (дата обращения: 20.03.2025).

633. «Это урон престижу госвласти». 22.04.2020 // Коммерсантъ. – Текст : электронный. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4328489?ysclid=lv803k2pzy232391024> (дата обращения: 20.03.2025).

634. About Filtering // OpenNet. – Текст : электронный. – URL: <https://opennet.net/about-filtering> (дата обращения: 20.03.2025).

635. Blogs and Bullets II: New Media and Conflict after the Arab Spring. July 10, 2012 // United States Institute of Peace. – Текст : электронный. – URL: <https://www.usip.org/publications/2012/07/blogs-and-bullets-ii-new-media-and-conflict-after-arab-spring> (дата обращения: 20.03.2025).

636. China bans over 30 live-streaming behaviours, demands qualifications to discuss law, finance, medicine // South China Morning Post. – Текст : электронный. – URL: <https://www.scmp.com/tech/big-tech/article/3182767/china-bans-over-30-live-streaming-behaviours-demands-qualifications> (дата обращения: 20.03.2025).

637. China mainland // Applecensorship. – Текст : электронный. – URL: <https://web.archive.org/web/20230529090559/https://applecensorship.com/app-store-monitor/na/CN> (дата обращения: 20.03.2025).

638. China targets deepfakes in proposed regulation governing deep learning AI technologies // South China Morning Post. – Текст : электронный. – URL: <https://www.scmp.com/tech/policy/article/3165244/china-targets-deepfakes-proposed-regulation-governing-deep-learning-ai> (дата обращения: 20.03.2025).

639. China to start seriously enforcing real-name mobile registration // Techinasia. – Текст : электронный. – URL: <https://www.techinasia.com/china-start-enforcing-realname-mobile-registration-government-claims> (дата обращения: 20.03.2025).

640. Digital 2020: Ukraine // DataReportal. – Global Digital Insights. – Текст : электронный. – URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-ukraine> (дата обращения: 20.03.2025).

641. Digital 2023: The Russian Federation // DataReportal. – Текст : электронный. – URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-russian-federation> (дата обращения: 20.03.2025).

642. Digital 2024 Global Overview Report // DataReportal. – Текст : электронный. – URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report> (дата обращения: 20.03.2025).

643. Executive Order on Prohibition on Use by the United States Government of Commercial Spyware that Poses Risks to National Security. March 27, 2023 // Federal Register. – Текст : электронный. – URL: <https://www.federalregister.gov/documents/2023/03/30/2023-06730/prohibition-on-use-by-the-united-states-government-of-commercial-spyware-that-poses-risks-to> (дата обращения: 20.03.2025).

644. FISA Section 702 Memorandum Opinion and Order, April 11, 2023, released July 21, 2023 // INTEL. – Текст : электронный. – URL: https://www.intel.gov/assets/documents/702%20Documents/declassified/2023/FISC_2023_FISA_702_Certifications_Opinion_April11_2023.pdf (дата обращения: 20.03.2025).

645. GCHQ taps fibre-optic cables for secret access to world's communications. June 21, 2013 // The Guardian. – Текст : электронный. – URL: <https://www.theguardian.com/uk/2013/jun/21/gchq-cables-secret-world-communications-nsa> (дата обращения: 20.03.2025).

646. Global daily social media usage // Statista. – Текст : электронный. – URL: <https://www.statista.com/statistics/433871/daily-social-media-usage-worldwide/> (дата обращения: 20.03.2025).

647. Global Digital Communication: Texting, Social Networking Popular Worldwide // Pew Research Center. – Текст : электронный. – URL: <https://www.pewresearch.org/global/2011/12/20/global-digital-communication-texting-social-networking-popular-worldwide/> (дата обращения: 20.03.2025).

648. Global social media usage reasons 2023 // Statista. – Текст : электронный. – URL: <https://www.statista.com/statistics/715449/social-media-usage-reasons-worldwide/> (дата обращения: 20.03.2025).

649. Google оштрафовали в России на 4,6 млрд рублей за фейки об армии и неудаление данных // Forbes Россия. – Текст : электронный. – URL: <https://www.forbes.ru/society/502949-google-ostrafovali-v-rossii-na-4-6-mlrd-rublej-za-fejki-ob-armii-i-neudalenie-dannyh?ysclid=lv85v9b89h63685563> (дата обращения: 20.03.2025).

650. Internet Platform Accountability and Consumer Transparency Act or the Internet PACT Act // Library of US Congress – Текст : электронный. – URL: <https://www.congress.gov/bill/118th-congress/senate-bill/483/text> (дата обращения: 20.03.2025).

651. Mediascope Cross Web 2013 (Медиапотребление в России) // Mediascope Russia. – Текст : электронный. – URL: https://mediascope.net/upload/iblock/2ef/c64801wg4jn3i3jf81ahglj14inr3ado/TDD2023_%D0%98%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82.pdf (дата обращения: 20.03.2025).

652. Musk's 'Twitter Files' offer a glimpse of the raw, complicated and thankless task of moderation. December 10, 2022 // TechCrunch. – Текст : электронный. – URL: <https://techcrunch.com/2022/12/09/musks-twitter-files-offer-a-glimpse-of-the-raw-complicated-and-thankless-task-of-moderation/> (дата обращения: 20.03.2025).

653. NSA slides explain the PRISM data-collection program. June 6, 2013 // The Washington Post. – Текст : электронный. – URL: https://www.washingtonpost.com/wp-srv/special/politics/prism-collection-documents/?itid=lk_inline_manual_3 (дата обращения: 20.03.2025).

654. Number of internet users by country // Statista. – Текст : электронный. – URL: <https://www.statista.com/statistics/262966/number-of-internet-users-in-selected-countries/> (дата обращения: 20.03.2025).

655. Public Opinion & Political Development in Hong Kong: Survey Results. 2014 // Centre for Communication and Public Opinion Survey. – Текст : электронный. – URL: <https://ccpos.com.cuhk.edu.hk/wp-content/uploads/2020/07/Hong-Kong-Public-Opinion-and-Political-Developments-ENG.pdf> (дата обращения: 20.03.2025).

656. Restoring Internet Freedom. A Rule by the Federal Communications Commission on 02.22.2018 // Federal Register. – Текст : электронный. – URL: <https://www.federalregister.gov/documents/2018/02/22/2018-03464/restoring-internet-freedom> (дата обращения: 20.03.2025).

657. Restricting the Emergence of Security Threats that Risk Information and Communications Technology Act (RESTRICT Act) // Library of US Congress. – Текст : электронный. – URL: <https://www.congress.gov/bill/118th-congress/senate-bill/686/text> (дата обращения: 20.03.2025).

658. Several foreign news outlets required to register as foreign agents in US. July 2, 2019 // Committee to Protect Journalists. – Текст : электронный. – URL: <https://cpj.org/2019/07/several-foreign-news-outlets-required-to-register/> (дата обращения: 20.03.2025).

659. Snowden reveals Australia's links to US spy web. July 8, 2013 // The Sydney morning Herald. – Текст : электронный. – URL: <https://www.smh.com.au/world/snowden-reveals-australias-links-to-us-spy-web-20130708-2plyg.html> (дата обращения: 20.03.2025).

660. Taming Big Tech: The case for monitoring // Hacker Noon. – Текст : электронный. – URL: <https://hackernoon.com/taming-big-tech-5fef0df0f00d> (дата обращения: 20.03.2025).

661. The Evolution of Social Media Apps: Live Streaming: The New Frontier for Social Media // Wearesocial. – Текст : электронный. – URL: <https://www.data.ai/ru/insights/market-data/evolution-of-social-media-report/https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/> (дата обращения: 20.03.2025).

662. The MENA protests on Twitter: Some empirical data // Deen Freelon. – Текст : электронный. – URL: <https://dfreelon.org/2011/05/19/the-mena-protests-on-twitter-some-empirical-data/> (дата обращения: 20.03.2025).

663. The Revolution Will Be Tweeted // Foreign Policy. – Текст : электронный. – URL: <https://foreignpolicy.com/2011/06/20/the-revolution-will-be-tweeted/> (дата обращения: 20.03.2025).

664. Twitter Files // Contents. – Текст : электронный. – URL: <https://the-twitter-files.com/us> (дата обращения: 20.03.2025).

665. Uniting and Strengthening America by Providing Appropriate Tools Required to Intercept and Obstruct Terrorism Act of 2001 (USA Patriot Act) // SEC. – Текст : электронный. – URL: <https://www.sec.gov/about/offices/ocie/aml/patriotact2001.pdf> (дата обращения: 20.03.2025).

666. Weaponizing the Digital Influence Machine: The Political Perils of Online Ad Tech // Data & Society. – Текст : электронный. – URL: <https://datasociety.net/library/weaponizing-the-digital-influence-machine/> (дата обращения: 20.03.2025).

667. Why is Mark Zuckerberg testifying in Congress? Apr 9th 2018 // Economist. – Текст : электронный. – URL: <https://www.economist.com/the-economist-explains/2018/04/09/why-is-mark-zuckerberg-testifying-in-congress> (дата обращения: 20.03.2025).

Приложение А

(информационное)

**Перечень цифровых сообществ для реализации когнитивного картирования
контента**

Таблица А.1 – Перечень цифровых сообществ для реализации когнитивного картирования контента

Название	Аудитория	Площадка	URL-ссылка
Провластно-патриотический сегмент			
РОССИЯ Армия / Донбасс / ДНР / ЛНР	559 142	ВКонтакте	https://vk.com/rusmotivators
Вежливые Люди Армия Россия	466 646	ВКонтакте	https://vk.com/vegchel
СИЛЬНАЯ РОССИЯ	106 589	ВКонтакте	https://vk.com/rf_new
ВЕЛИКАЯ РОССИЯ - ЭТУ СТРАНУ НЕ ПОБЕДИТЬ!	425 910	ВКонтакте	https://vk.com/rusvmeste
Я - ЗА ПУТИНА, Я - ЗА РОССИЮ	447 001	Одноклассники	https://ok.ru/ya.za.putina/
Клуб друзей Путина: Армия Путина	901 819	Одноклассники	https://ok.ru/putingood
Readovka	1 689 464	Telegram	https://t.me/readovkanews
Орда	226 121	Telegram	https://t.me/orda_mordora
Операция Z: Военкоры Русской Весны	1 188 249	Telegram	https://t.me/RVvoenkor
СОЛОВЬЕВ	1 337 961	Telegram	https://t.me/SolovievLive
Оппозиционно-прозападный сегмент			
Сталингулаг	504 902	Telegram	https://t.me/stalin_gulag
Ватное болото	660 246	Telegram	https://t.me/vatnoeboloto
Ешкин Крот	238 024	Telegram	https://t.me/eshkinkrot
НЕВЗОРОВ	1 145 033	Telegram	https://t.me/nevzorovtv
Медиазона	197 963	Telegram	https://t.me/mediazzzona
Служба поддержки	113 961	Telegram	https://t.me/helpdesk_media
Медуза – LIVE	1 220 072	Telegram	https://t.me/meduzalive
Телеканал Дождь	441 920	Telegram	https://t.me/tvrain
Команда Навального	192 914	Telegram	https://t.me/teamnavalny
Русская служба BBC	397 125	Telegram	https://t.me/bbcussian
Примечание – ООО Телеканал Дождь признан иностранным средством массовой информации, выполняющим функции иностранного агента.			

Источник: составлено автором.

Приложение Б

(информационное)

Матрица когнитивного картирования контента

Таблица Б.1 – Матрица когнитивного картирования

Код	Показатель	Переменные
1	2	3
A	Площадка	1 – ВКонтакте 2 – Telegram 3 – Одноклассники
B	Уровень формализации	1 – Преимущественно формальный 2 – Преимущественно неформальный
C	Критика власти	1 – Присутствует критика власти (конкретных представителей власти, принимаемых решений и др.) 2 – Отсутствует критика власти
D	Прием формирования дискурса	1 – Преимущественно эмоциональный (воздействие на эмоции) 2 – Преимущественно рациональный (воздействие на разум)
E	Методы информационно-психологического воздействия	1 – Убеждение 2 – Внушение 3 – Подражание 4 – Заражение 5 – Осмеяние 6 – Обвинение (формирование чувства вины) 7 – Обесценивание 8 – Отвлечение 9 – Устрашение 10 – Отсутствует/явно не определено
EE	Методы информационно-психологических манипуляций	1 – Фрагментация 2 – Контрастирование 3 – Гиперболизация 4 – Мистификация 5 – Дезинформация 6 – Примитивизация 7 – Расчеловечивание 8 – Эмоциональная стереотипизация 9 – Рациональная стереотипизация 10 – Ценностное камуфлирование 11 – Ценностное подчинение 12 – Стигматизация 13 – Общее принятие, метод «общего вагона» 14 – Апелляция к авторитету, ссылка на авторитет 15 – Отсутствует/явно не определено

Продолжение таблицы Б.1

1	2	3
F	Упоминаемые контексты	1 – Политические 2 – Военные 3 – Социальные 4 – Экономические 5 – Культурные/духовные
G	События-триггеры	1 – Референдумы на Донбассе, вхождение новых субъектов в состав России 2 – Восстановление инфраструктуры, городов и сел на присоединившихся к России территориях 3 – Успешное наступление российских войск, освобождение территорий 4 – Отступление, перегруппировки, российских войск 5 – Частичная мобилизация граждан 6 – Нанесение ударов по военной и энергетической инфраструктуре Украины 7 – Диверсии Украины на российской территории, террористические акты 8 – Поставки Западом оружия Украине 9 – Введение санкций против России и российских граждан 10 – Угрозы привлечения российского руководства к ответственности 11 – Поддержка России другими странами 12 – Блокировки цифровых ресурсов, СМИ, ужесточение деятельности иноагентов 13 – Коррупционные скандалы, привлечение чиновников к ответственности в России 14 – Коррупционные скандалы, привлечение чиновников к ответственности на Украине 15 – Массовый выезд граждан из России 16 – Возвращение граждан в Россию 17 – Падение уровня жизни, инфляция 18 – Иные события 19 – Отсутствие события-триггера
H	Таргетная (целевая) группа	1 – Молодежь, студенты 2 – Матери/жены мобилизованных 3 – Эмигранты, релоканты 4 – Работающие взрослые 5 – Безработные взрослые 6 – Пенсионеры 7 – Жители нацреспублик, нацменьшинства 8 – Предприниматели, бизнесмены 9 – Люди в тяжелой жизненной ситуации 10 – Мобилизованные/военные/срочники 11 – Отсутствие четкой адресации

Продолжение таблицы Б.1

1	2	3
I	Уровень инструктивности	1 – Наличие инструкций, шаблонов и схем действий 2 – Отсутствие инструкций, шаблонов и схем действия
J	Мобилизующие действия	1 – Наличие четких призывов, побуждений к действиям 2 – Наличие косвенных призывов, побуждений к действиям (мягкое подталкивание) 3 – Отсутствие призывов, побуждений к действиям
K	Уровень персонификации	1 – Упоминание конкретных персон, акторов 2 – Отсутствие упоминания конкретных персон, акторов
L	Социальные ориентации	1 – Оперирование индивидуализированными категориями (индивидуальный интерес, микросоциальные) 2 – Оперирование коллективными категориями (общественное благо, макросоциальные) 3 – Отсутствует/явно не определено
M	Тип транслируемых ценностей (фреймы)	1 – Справедливость, равенство 2 – Солидарность, согласие 3 – Героизм, жертвенность 4 – Родина, Отечество 5 – Порядок, устойчивость 6 – Жизнь, безопасность 7 – Свобода, самовыражение 8 – Индивидуальность, достижения 9 – Комфорт, удовольствие 10 – Деньги, благосостояние 11 – Запад, открытый мир 12 – Культурное разнообразие, толерантность 13 – Отсутствует/явно не определено
N	Формируемые расколы (конфликты)	1 – Национальные/этнические 2 – Религиозные 3 – Экономические (группы интересов) 4 – Социальные (элита и массы, богатые и бедные) 5 – Территориальные (межрегиональные) 6 – Межпоколенческие

Продолжение таблицы Б.1

1	2	3
O	Используемые артефакты	1 – Государственная российская символика (флаг, герб, гимн, иное) 2 – Государственная украинская символика (флаг, герб, гимн, иное) 3 – Политическая символика системной оппозиции (полит. партии, деятели) 4 – Политическая символика коллаборантов (бело-сине-белый флаг и проч.) 5 – Символы СВО 6 – Символы пацифизма 7 – Символы западной цивилизации 8 – Иная символика, архетипы 9 – Отсутствуют/явно не определено
P	Формируемый тип активности	1 – Цифровая активность 2 – Офлайн активность 3 – Отсутствует/явно не определена
Q	Типы мобилизации	1 – Через депривацию 2 – Через рациональность и прагматизм 3 – Через аффект и подталкивание 4 – Через ценности и инвайроментализм
R	Формируемый образ будущего	1 – Оптимистический (образ победы) 2 – Пессимистический (образ поражения) 3 – Не фиксируется
S	Количество просмотров (охват)	Фиксируется вручную
T	Количество лайков (внимание)	Фиксируется вручную
U	Количество комментариев (резонанс)	Фиксируется вручную
V	Количество репостов (виральность)	Фиксируется вручную
W	Речевые паттерны	Фиксируется вручную

Источник: составлено автором.

Приложение В

(информационное)

Словари поисковых запросов автоматизированного социально-медийного анализа

1. Признание ЛНР и ДНР, начало специальной военной операции (СВО) с целью денацификации и демилитаризации Украины

"признание лнр" OR "признание днр" OR "признание республик" OR "признанию республик" OR "признанием республик" OR "признанию лнр" OR "признанием лнр" OR "признанию ЛНР" OR "признанию днр" OR "признанием днр" OR "признании днр" OR "начало СВО" or "начале СВО" OR "старт СВО" OR "старте СВО" OR "стартом СВО" OR "старту СВО" OR "начале специальной военной операцией" OR "началу специальной военной операции" OR "началом специальной военной операции" OR "началом специальной военной операции" OR "началу военной спецоперации" OR "началу спецоперации" OR "начало спецоперации" OR "начало военной спецоперации" OR "старт спецоперации" OR "старту спецоперации" OR "старте спецоперации" OR "старте военной операции" OR "стартом военной операции"

2. Продвижение российских войск на Киевском, Харьковском, Херсонском, Запорожском и других направлениях

продвижение войск OR продвижение солдат OR продвижение вооруженных сил OR продвижение ВС РФ OR продвижение россиян OR продвижение армии OR продвижение российских OR продвижению войск OR продвижением войск OR продвижением российских OR продвижению российских OR продвижении российских OR российские войска OR российская армия OR российские солдаты OR русская армия OR русские солдаты

3. Принятие пакетов санкций стран «коллективного Запада» против России (внешнее санкционное давление)

санкции OR санкция OR санкционные OR санкционный OR санкций OR санкциями OR санкционным OR санкционных OR ограничительные меры OR ограничительных мер OR ограничительным мерам OR уходит из россии OR уходят из OR прекращает работу в OR ушла из россии OR уходят из россии OR прекращают работу в OR приостанавливают работу в OR заканчивают работу в

4. Военная и финансовая поддержка киевского режима странами «коллективного Запада»

поддержку украины OR поддержке украины OR поставки украине OR помощь украине OR поддержкой украины OR поддержать Украину OR поставить украине OR поставлять Украине OR помогать Украине OR поддержку киеву OR поддержке киеву OR поставки

киеву OR помощь киеву OR помогать киеву OR поддерживать киев OR поставить киеву OR поставлять киеву OR помогать кеиву OR поддержку зеленскому OR помочь зеленскому OR помощь зеленскому OR поддержку киевскому OR поддерживать киевский OR поставки киевскому OR помощь киевскому OR помогать киевскому

5. Проведение переговоров между Россией и Украиной, подготовка Стамбульского соглашения, отвод российских войск из-под Киева

стамбульские соглашения OR стамбульское соглашение OR стамбульским соглашением OR переговоры OR переговорный OR переговорная OR переговорных переговоров OR отвод войск OR выход войск OR отводом войск OR выходом войск OR отводом из OR мирные договоренности OR мирных договоренностей OR мирной договоренности OR мирные инициативы OR мирная инициатива OR мирной инициативой OR турецкие соглашения OR турецких соглашений OR стамбульских соглашений OR сдача киевской OR сдача черниговской

6. Взятие г. Энергодара и Запорожской АЭС

взятие энергодара OR взятием энергодара OR взятии энергодара OR взяли энергодар OR возьмем энергодар OR вошли в энергодар OR вход в энергодар OR въезд в энергодар OR взятие запорожской OR аэс взятием OR запорожской аэс OR взятии запорожской аэс OR взяли запорожскую аэс OR вошли в запорожскую аэс OR взятие заэс OR взяли заэс OR взятием заэс OR взятии заэс OR взяли заэс OR возьмем заэс OR вошли в заэс OR захват заэс OR захватили заэс OR захват энергодара OR захватили энергодар OR взятие энэргодара OR взяли энэргодар

7. Информационная провокация ВСУ в г. Буча

провокация в буче OR провокации в буче OR провокацией в буче OR фейки о буче OR фейк бучи OR фейк буча OR события в буче OR расстрел в буче OR резня в буче OR трагедия в буче OR бучанские события OR бучанская трагедия OR кровавая буча OR кровавой буче OR фото из бучи OR видео из бучи OR теракт в буче OR резни в буче OR геноцид в буче OR виновники бучи OR виновников бучи OR событиями в буче OR событиях в буче OR событиями в буче OR зачистка бучи OR зачистке в буче OR зачисткой в буче OR убийства в буче OR убийство в буче OR бойня в буче

8. Атака на ракетный крейсер «Москва»

крейсер москва OR крейсеру москва OR крейсером москва OR крейсеру москве OR крейсером москве OR крейсеру москве OR российский крейсер OR российским крейсером OR российскому крейсеру OR российским крейсером OR русский крейсер OR русскому крейсеру OR русский военный корабль OR российский военный корабль OR атака на крейсер OR атаке на крейсер OR атакой на крейсер OR нападение на крейсер OR нападению на

крейсер OR нападением на крейсер OR потопление крейсера OR потоплением крейсера OR потоплении крейсера

9. Битва за г. Мариуполь

битва за мариуполь OR бои за мариуполь OR битвой за мариуполь OR боев за мариуполь OR бои в мариуполе OR мариупольские бои OR зачистка мариуполя OR зачистской мариуполя OR зачистке мариуполя OR боя в мариуполе OR мариупольская битва OR чистка муриуполя OR бои в азовстале OR бои за азовсталь OR взятие азовстали OR зачистка азовстали OR зачисткой азовстали OR взятие мариуполя OR победа в мариуполе OR мариупольская победа OR сдача мариуполя OR взятии мариуполя

10. Битва за г. Северодонецк и г. Лисичанск

битва за северодонецк OR бои за северодонецк OR битвой за северодонецк OR боев за северодонецк OR бои в северодонецке OR северодонецкие бои OR зачистка северодонецка OR зачистской северодонецка OR зачистке северодонецка OR боя в северодонецке OR северодонецкая битва OR чистка северодонецка OR взятие северодонецка OR победа в северодонецке OR северодонецкая победа OR сдача северодонецка OR битва за лисичанк OR бои за лисичанск OR битвой за лисичанск OR боев за лисичанск OR бои в лисичанске OR лисичанские бои OR зачистка лисичанска OR зачистской лисичанска OR зачистке лисичанска OR боя в лисичанске OR лисичанская битва OR чистка лисичанска OR взятие лисичанска OR победа в лисичанска OR лисичанская победа OR сдача лисичанска OR взятии северодонецка OR взятии лисичанска

11. Заключение «зерновой сделки» (Черноморская зерновая инициатива)

зерновая сделка OR зерновой сделки OR зерновую сделку OR черноморская сделка OR черноморскую сделку OR черноморской сделки OR черноморская инициатива OR черноморскую инициативу OR черноморской инициативой OR зерновая инициатива OR зерновую инициативу OR зерновой инициативой

12. Битва за г. Соледар

битва за соледар OR бои за соледар OR битвой за соледар OR боев за соледар OR бои в соледар OR соледарские бои OR зачистка соледара OR зачистской соледара OR зачистке соледара OR боя в соледаре OR соледарская битва OR чистка соледара OR взятие соледара OR взятии соледара OR победа в соледаре OR соледарская победа OR сдача соледара

13. Битва за г. Бахмут (Артемовск)

битва за бахмут OR бои за бахмут OR битвой за бахмут OR боев за бахмут OR бои в бахмуте OR бахмутские бои OR зачистка бахмута OR зачистской бахмута OR зачистке бахмута OR боя в бахмуте OR бухмутская битва OR чистка бахмута OR взятие бахмута OR взятии бахмута OR победа в бахмуте OR бахмутская победа OR сдача

бахмута OR бахмутская мясорубка OR бахмутской мясорубке OR бахмутскую мясорубку OR битва за артемовск OR бои за артемовск OR битвой за артемовск OR боев за артемовск OR бои в артемовске OR артемовские бои OR зачистка артемовска OR зачистской артемовска OR зачистке артемовска OR боя в артемовске OR артемовская битва OR чистка артемовска OR взятие артемовска OR взятии артемовска OR победа в артемовске OR артемовская победа OR сдача артемовска

14. Контрнаступление ВСУ в Харьковской и Херсонской областях, отвод российских войск из ряда районов

контрнаступление OR контрнаступ OR контрнаступления OR контрнаступлении OR взятие херсона OR отступление из OR отступлении из OR отступления из OR перегруппировка войск OR перегруппировки войск OR перегруппировкой войск OR перегруппировку войск OR взятии херсона OR выводу войск из OR вывод войск из OR вывод армии из OR выводу армии из OR оставлении херсона OR оставление херсона OR оставление харьковской OR оставлении харьковской OR оставить херсон OR оставили херсон OR оставить харьков OR оставили харьков OR бежали из херсона OR бежали из харьков OR уйти из херсона OR ушли из херсона OR ушли из харьков

15. Диверсии на газопроводах «Северный поток»

взрыв северного потока OR взрыва северного потока OR взрыв на северных потоках OR взрыва на северных потоках OR взрывом на северном потоке OR взрывом на северных потоках OR подрыв северного потока OR подрыв на северных потоках OR подрыв северных потоков OR взрыв газопроводов OR взрыв на газопроводах OR подрыв газопроводов OR взорвали потоки OR взорванные потоки OR взорвали трубопровод OR взорвали трубопроводы OR теракт в северном море OR взрыв в северном море OR диверсия в северном море OR диверсия на северном потоке OR диверсии на северном потоке OR диверсией на северном потоке OR диверсия на северных потоках OR диверсия на потоках OR диверсия на газопроводе OR диверсия на газопроводах OR диверсией на газопроводе OR диверсией на газопроводах

16. Теракт на Крымском мосту

терракт на крымском мосту OR теракт на крымском мосту OR терракт на мосту OR теракт на мосту OR террактom на мосту OR терактom на крымском OR теракту на крымском OR теракту на мосту OR разрушение крымского OR разрушением крымского OR разрушении крымского OR взрыв на крымском OR взрыв на мосту OR взрывом на крымском OR взрывом на мосту OR взрыве на крымском OR взрыве на мосту OR подрыв крымского OR подрывом крымского OR подрыв моста OR подрывом моста OR взорвали крымский OR подорвали крымский OR взорвал крымский OR подорвал крымский OR

разрушили крымский OR разрушил крымский OR взорвали мост OR подорвали мост OR разрушили мост

17. Проведение частичной мобилизации в России

мобилизация OR мобилизации OR мобилизацией OR мобилизовали OR мобилизовать OR мобилизуют OR мобики OR мобиков OR мобиками OR мобилизация OR мобилизацией OR мобилизацию OR мобилизации OR идти воевать OR пойти воевать OR идет воевать OR идет на войну OR пойдут воевать OR пойдут на войну OR мобилизоваться OR мобилизоваваться OR отправить на войну OR отправлять воевать OR отправлять на войну OR отпускать на войну OR отпускать воевать OR отпустить на войну OR отпускать воевать OR долг родине OR долгу родине OR долг стране OR долг государству OR гражданский долг OR служить отечеству OR долг родине OR долгу родине OR служить родине OR служба родине OR защищать страну OR защищать родину OR защитить страну OR защитить родину OR родина зовет OR зовет родина

18. Проведение референдумов на освобожденных территориях, вхождение ДНР, ЛНР, Запорожской и Херсонской областей в состав России

референдум OR референдумы OR референдума OR волеизъявление OR волеизъявления OR волеизъявлением OR выбор жителей OR присоединение к россии OR присоединением к россии OR вхождение в состав OR вхождением в состав OR вхождению в состав OR возвращение в состав OR возвращению в состав

19. Нанесение ракетных ударов по энергетической инфраструктуре Украины

удары по инфраструктуре OR удар по инфраструктуре OR ударов по инфраструктуре OR удары по критической OR удары по энергетической OR удар по критической OR удар по энергетической OR удар по энергетическому OR ударом по инфраструктуре OR ударом по критической OR ударом по энергетической OR массовые отключения электричества в OR массовых отключений электричества OR массовые отключения электроэнергии в OR массовых отключений электроэнергии OR удар по инфраструктурному OR удар возмездия OR удары возмездия OR отключение украины OR выключение украины OR отключения украины OR выключения украины

20. Нанесение удара беспилотника по Кремлю

удар по кремлю OR удар беспилотника по кремлю OR удар беспилотником по кремлю OR атака на кремль OR атакой на кремль OR атаку на кремль OR удар в кремле OR взрыв над кремлем OR взрыве над кремлем OR взрывом над кремлем OR ударом по кремлю OR ударе по кремлю OR теракт в кремле OR теракт в кремле OR теракт над кремлем OR в небе над кремлем OR в небе над кремлевским

21. Атаки ВСУ на российское приграничье, деятельность ДРГ в Белгородской, Курской и Брянской областях

атаковали белгород OR атаковали белгородскую OR атакуют белгородскую OR наносятся удары по белгородской OR наносят удары по белгородской OR в небе над белгородом OR удары по белгороду OR атаковали курск OR атаковали курскую OR атакуют курскую OR наносятся удары по курской OR наносят удары по курской OR в небе над курском OR удары по курску OR атаковали брянск OR атаковали брянскую OR атакуют брянскую OR наносятся удары по брянской OR наносят удары по брянской OR в небе над брянском OR удары по брянску OR атаковали шебекино OR атакуют шебекино OR наносятся удары по шебекино OR наносят удары по шебекино OR в небе над шебекино OR удары по шебекино OR взрыв в шебекино OR взрыв в белгороде OR взрывы в шебекино OR взрывы в белгороде OR взрывом в белгороде OR взрывом в шебекино OR взрывают шебекино OR уничтожают белгород OR уничтожают шебекино OR уничтожают белгородскую OR российское приграничье OR российском приграничье OR российским приграничем OR дрг в белгороде OR белгородские дрг OR дрг в брянске OR брянские дрг OR дрг в шебекино OR шебекинское дрг OR белгородские диверсанты OR диверсанты в белгороде OR диверсанты в шебекино OR атаки диверсантов на OR атаки диверсантов в OR террористические атаки на OR террористические атаки в

22. Контрнаступление ВСУ на Запорожском направлении

контрнаступление OR контрнаступ OR контрнаступления OR контрнаступлении OR наступление OR приазовское сражение OR азовское сражение OR приазовскому сражению OR приазовским сражением OR азовскому сражению OR азовским сражением OR азаовская битва OR приазовская битва OR наступление на мелитополь OR наступление на токмак OR наступление на крым OR наступлении на крым OR наступлению на крым OR наступление на мариуполь OR контрнаступают

23. Размещение ядерного оружия на территории Беларуси

размещение ядерного OR размещением ядерного OR размещению ядерного OR передача ядерного OR передачей ядерного OR передачу ядерного OR отправка ядерного OR отправление ядерного OR отправке ядерного OR беларусь получила ядерное OR беларусь получила тья OR ядерный лукашенко OR лукашенко получил тья OR лукашенко получает ядерное OR беларусь получает ядерное OR белорусское тья OR белорусския получает ядерное OR беларусь получает ядерное OR белоруссия получает тья OR белоруссия получает ядерное

24. Разрушение Каховской ГЭС

взрыв каховской OR взрыва каховской OR взрыв на каховской OR взрыва на каховской OR взрывом на каховской OR подрыв каховской OR подрыв на каховской OR подрыв каховской OR взорвали каховскую OR взорвали гэс OR взрыв гэс OR взрыв плотины OR взрыва плотины OR подрыв плотины OR подорвали плотину OR взорванная плотина OR взорванная гэс OR взорванная каховская OR взорвали трубопровод OR теракт на каховской OR диверсия на каховской OR диверсии на каховской OR диверсией на каховской OR диверсия на гэс OR диверсия на плотине OR каховский теракт OR экологическая катастрофа OR экологической катастрофой OR разрушение каховской OR разрушении каховской OR разрушением каховской OR разрушение плотины OR разрушении плотины OR разрушением плотины OR разрушение гэс OR разрушении гэс OR разрушением гэс

25. Попытка вооруженного мятежа в России

пригожинский мятеж OR пригожинского мятежа OR мятеж пригожина OR мятеж вагнера OR вагнеровский мятеж OR вооруженный мятеж OR вооруженного мятежа OR вооруженным мятежом OR попытка мятежа OR попыткой мятежа OR попытку мятежа OR попытка переворота OR попытка госпереворота OR попыткой переворота OR попыткой госпереворота OR попытки переворота OR попытке переворота OR мятежный OR мятежники OR мятеж OR метеж OR метежсь OR мятежсь OR метежа

Приложение Г

(информационное)

Анкета социологического опроса

«Общественно-политическая активность российских граждан»

Уважаемый респондент!

Просим Вас принять участие в опросе о гражданской активности россиян. Ваши искренние ответы помогут разработать меры государственной поддержки общественных инициатив, создать условия для дальнейшего развития гражданского общества в нашей стране. Опрос анонимен, все данные будут проанализированы в обобщенном виде. Для ответа на вопросы достаточно кликнуть на указатели выбранного (выбранных) Вами варианта (вариантов) ответов. Средняя продолжительность опроса – 30 минут.

A1. Возраст * Укажите, пожалуйста, полное количество Ваших лет* _____

A2. Ваш пол * Пожалуйста, выберите один ответ из следующих вариантов:

1. мужской

2. женский

A3. Федеральный округ по месту жительства * Пожалуйста, выберите один ответ из следующих вариантов:

1. Центральный ФО

4. Северо-Кавказский ФО

7. Сибирский ФО

2. Северо-Западный ФО

5. Приволжский ФО

8. Дальневосточный ФО

3. Южный ФО

6. Уральский ФО

A4. Регион проживания * Пожалуйста, выберите один ответ из следующих вариантов:

1. Алтайский край

29. Курская область

60. Республика Татарстан
(Татарстан)

2. Амурская область

30. Ленинградская область

61. Республика Тыва

3. Архангельская область

31. Липецкая область

62. Республика Хакасия

4. Астраханская область

32. Магаданская область

63. Ростовская область

5. Белгородская область

33. Московская область

64. Рязанская область

6. Брянская область

34. Мурманская область

65. Самарская область

7. Владимирская область

35. Ненецкий автономный округ

66. Саратовская область

8. Волгоградская область

36. Нижегородская область

67. Сахалинская область

9. Вологодская область

37. Новгородская область

68. Свердловская область

10. Воронежская область

38. Новосибирская область

69. Смоленская область

11. Город Москва

39. Омская область

70. Ставропольский край

12. Город Санкт-Петербург

40. Оренбургская область

71. Тамбовская область

13. Город Севастополь

41. Орловская область

72. Тверская область

14. Еврейская автономная
область

42. Пензенская область

73. Томская область

15. Забайкальский край

43. Пермский край

74. Тульская область

16. Ивановская область

44. Приморский край

75. Тюменская область (кроме
ХМАО и ЯНАО)

17. Иркутская область

45. Псковская область

76. Удмуртская Республика

18. Кабардино-Балкарская
Республика

46. Республика Адыгея

77. Ульяновская область

19. Калининградская область

47. Республика Алтай

78. Хабаровский край

20. Калужская область

48. Республика Башкортостан

79. Ханты-Мансийский
автономный округ - Югра

21. Камчатский край

49. Республика Бурятия

80. Челябинская область

22. Карачаево-Черкесская
Республика

50. Республика Дагестан

81. Чеченская Республика

23. Кемеровская область -
Кузбасс

51. Республика Ингушетия

82. Чувашская Республика

24. Кировская область

52. Республика Калмыкия

83. Чукотский автономный
округ

25. Костромская область

53. Республика Карелия

84. Ямало-Ненецкий
автономный округ

26. Краснодарский край

54. Республика Коми

85. Ярославская область

27. Красноярский край

55. Республика Крым

28. Курганская область

56. Республика Марий Эл

57. Республика Мордовия

58. Республика Саха (Якутия)

59. Республика Северная
Осетия-Алания

А5. Тип поселения * Пожалуйста, выберите один ответ из следующих вариантов:

1. город	3. сельский населенный пункт (село, деревня, и т.д.)
2. поселок городского типа (пгт, рп и т.д.)	4. другое

А6. Ваше образование на данный момент * Пожалуйста, выберите один ответ из следующих вариантов:

1. начальное	3. среднее профессиональное	5. ученая степень
2. среднее общее	4. высшее	6. другое

А7. Ваш социальный статус на данный момент * Пожалуйста, выберите один ответ из следующих вариантов:

1. учащийся школы	4. совмещающий учебу с работой	7. работающий пенсионер
2. учащийся ссуза	5. работающий	8. безработный/домохозяин
3. учащийся вуза	6. пенсионер	9. другое

А8. Укажите тип организации, в которой работаете * Пожалуйста, выберите один ответ из следующих вариантов:

1. бюджетная организация	3. индивидуальный предприниматель	5. другое
2. коммерческая организация	4. общественная организация	

А9. Семейное положение * Пожалуйста, выберите один ответ из следующих вариантов:

1. холост/не замужем	4. в разводе,
2. женат/замужем	5. вдовец (вдова)
3. состою в гражданском браке	6. другое

А10. Как бы Вы оценили Ваше материальное положение? * Пожалуйста, выберите один ответ из следующих вариантов:

1. очень хорошее	3. среднее	5. очень плохое
2. хорошее	4. плохое	

А11. Как изменилось Ваше материальное положение за последний год? * Пожалуйста, выберите один ответ из следующих вариантов:

1. безусловно улучшилось	3. не изменилось	5. безусловно ухудшилось
2. скорее улучшилось	4. скорее ухудшилось	

А12. Что для Вас важнее всего в жизни? * Пожалуйста, выберите все подходящие ответы из следующих вариантов:

1. надежные друзья;	6. заниматься любимым делом,	11. попасть в элиту общества;
2. счастливая семья;	7. творчеством;	12. быть богатым человеком;
3. честно прожить свою жизнь;	8. иметь много свободного времени;	13. быть знаменитым;
4. хорошее образование;	9. сделать карьеру;	14. иметь доступ ко власти;
5. иметь интересную работу;	10. путешествовать по миру;	15. Другое:

Б1. Если говорить в целом, Вы довольны или не довольны положением дел? * Пожалуйста, выберите один ответ для каждого из следующих пунктов:

	безусловно доволен/а	скорее доволен/а	скорее не доволен/а	безусловно не доволен/а	затрудняюсь ответить
в стране	1	2	3	4	5
в своей жизни	1	2	3	4	5

Б2. Как Вы считаете, ситуация сейчас улучшается, ухудшается или остается без изменений?

* Пожалуйста, выберите один ответ по каждому из следующих пунктов:

	безусловно улучшается	скорее улучшается	остается без изменений	скорее ухудшается	безусловно ухудшается	затрудняюсь ответить
в стране	1	2	3	4	5	6
в своей жизни	1	2	3	4	5	6

Б3. Какие проблемы в стране Вас волнуют больше всего? * Пожалуйста, выберите все подходящие ответы из следующих вариантов:

1. рост цен
2. бедность большинства населения
3. обнищание социально незащищенных слоев
4. коррупция, взяточничество
5. рост безработицы
6. резкое расслоение на богатых и бедных
7. недоступность качественного здравоохранения
8. снижение качества образования
9. ухудшение состояния окружающей среды, защита животных
10. рост платности, недоступность образования
11. кризис в экономике, спад в промышленности и/или в сельском хозяйстве
12. кризис морали, культуры, нравственности
13. рост наркомании
14. наплыв внешних трудовых мигрантов
15. защита прав граждан

Б4. Какие проблемы в своей жизни Вас волнуют больше всего? * Пожалуйста, выберите все подходящие ответы из следующих вариантов:

1. рост цен
2. бедность большинства населения
3. обнищание социально незащищенных слоев
4. коррупция, взяточничество
5. рост безработицы
6. резкое расслоение на богатых и бедных
7. недоступность качественного здравоохранения
8. снижение качества образования
9. ухудшение состояния окружающей среды, защита животных
10. рост платности, недоступность образования
11. кризис в экономике, спад в промышленности и/или в сельском хозяйстве
12. кризис морали, культуры, нравственности
13. рост наркомании
14. наплыв внешних трудовых мигрантов
15. защита прав граждан

Б5. За последний год приходилось или не приходилось Вам оказывать помощь, поддержку другим людям (кроме родственников и близких) по собственной инициативе? * Пожалуйста, выберите один ответ из следующих вариантов:

1. приходилось	3. хотел участвовать, но не смог
2. не приходилось	4. не участвовал, но хотел бы участвовать в будущем
	5. затрудняюсь ответить

Б6. Есть люди, готовые объединяться с другими людьми для совместных действий, если их идеи и интересы совпадают. Есть люди, не готовые объединяться с другими людьми для совместных действий, даже если их идеи и интересы совпадают. К кому бы Вы отнесли себя: к первым или ко вторым? * Пожалуйста, выберите один ответ из следующих вариантов:

1. Готов объединяться с другими людьми для совместных действий, если наши идеи и интересы совпадают

2. Не готов объединяться с другими людьми для совместных действий, если даже наши идеи и интересы совпадают
3. Затрудняюсь ответить

Б7. Есть ли у Вас опыт объединения усилий с другими гражданами для решения общих задач? * Пожалуйста, выберите один ответ по каждому из следующих пунктов:

	да	хотел, но не смог	нет
гражданских (общественная деятельность, объединение граждан для самостоятельного решения социальных проблем, общих задач на благо общества)	1	2	3
политических (совместная деятельность, объединение граждан для реализации потребностей и интересов посредством влияния на власть, принятие государственными органами решений)	1	2	3

Б8. По Вашему мнению, какое из ниже представленных утверждений точнее всего описывает, что такое «гражданская активность»? * Пожалуйста, выберите один вариант из следующих вариантов:

1. гражданская активность — это, прежде всего, борьба с властью и за власть
2. гражданская активность — это, прежде всего, оказание давления на власть
3. гражданская активность — это, прежде всего, кооперация граждан без усилий со стороны государства
4. гражданская активность — это, прежде всего, форма взаимодействия и партнерства между обществом и государством

Б9. Удовлетворены ли Вы в целом состоянием (реализацией) гражданских прав и свобод в современной России? * Пожалуйста, выберите только один ответ из следующих вариантов:

1. удовлетворен/а
2. скорее удовлетворен/а
3. скорее не удовлетворен/а
4. не удовлетворен/а
5. не задумывался об этом

Б10. Какие из лично Ваших гражданских прав и свобод, Вы считаете самыми не защищенными? * Пожалуйста, выберите все подходящие ответы из следующих вариантов:

1. право на жизнь
2. равенство всех перед законом и судом
3. достоинство личности
4. свобода и личная неприкосновенность
5. неприкосновенность частной жизни
6. неприкосновенность жилища
7. свобода определения национальной принадлежности
8. право на использование родного языка
9. свобода передвижения
10. свобода совести, свобода вероисповедания
11. свобода мысли и свобода слова
12. свобода массовой информации
13. свобода общественных объединений
14. другое

Б11. Как бы Вы оценили соотношение гражданских прав/свобод и гражданских обязанностей в современной России? * Пожалуйста, выберите только один ответ из следующих вариантов:

1. соотношение гражданских прав/свобод и гражданских обязанностей сбалансировано
2. у граждан России больше гражданских прав и свобод, чем гражданских обязанностей
3. у граждан России больше гражданских обязанностей, чем гражданских прав и свобод

Б12. Какие из гражданских обязанностей, на Ваш взгляд, можно соблюдать в полной мере, частично или не соблюдать? * Пожалуйста, выберите один ответ по каждому из следующих пунктов:

	необходимо соблюдать в полной мере	можно соблюдать частично	можно не соблюдать
Конституция и законы РФ	1	2	3
уплата налогов	1	2	3
охрана природы	1	2	3
защита Отечества	1	2	3
прохождения воинской службы	1	2	3
воспитание детей родителями	1	2	3
получение общего образования	1	2	3
права и свободы других лиц	1	2	3
заботиться о нетрудоспособных родителях	1	2	3
заботиться о сохранении культурного и исторического наследия	1	2	3

Б13. С каким утверждением Вы согласны? * Пожалуйста, выберите один ответ из следующих вариантов:

1. защита гражданских прав, свобод, интересов, прежде всего, личное дело каждого
2. защита гражданских прав, свобод, интересов должна осуществляться независимыми от государства гражданскими структурами
3. защита гражданских прав, свобод, интересов должна осуществляться органами государственной власти
4. защита гражданских прав, свобод, интересов – сфера совместных усилий граждан, гражданских структур и органов государственной власти

Б14. Удовлетворены ли Вы в целом состоянием политических прав и свобод в современной России? * Пожалуйста, выберите только один ответ из следующих вариантов:

1. удовлетворен/а
2. скорее удовлетворен/а
3. скорее не удовлетворен/а
4. не удовлетворен/а

Б15. Какие политические права и свободы Вы считаете самыми не защищенными в современной России? * Пожалуйста, выберите все подходящие ответы из следующих вариантов:

1. выражать свои мысли и слова
2. выражать свои убеждения
3. получать разную информацию
4. объединяться с другими
5. проводить собрания, митинги, демонстрации
6. участвовать в управлении государством
7. избирать и быть избранным
8. обращаться лично к органам власти

Б16. С каким утверждением Вы согласны? * Пожалуйста, выберите только один ответ из следующих вариантов:

1. для защиты своих гражданских прав и свобод все средства хороши
2. для защиты своих гражданских прав и свобод лучше использовать законные средства, но в случае необходимости, можно обойти закон
3. для защиты своих гражданских прав и свобод необходимо использовать только средства и способы, разрешенные законом
4. другое

Б17. Какие политические ценности важны для Вас в первую очередь? * Пожалуйста, выберите один ответ из следующих вариантов:

1. свобода, права человека, демократия
2. равенство, справедливость, государство
3. справедливость, социальное государство, благосостояние
4. единая страна, сильное государство, стабильность
5. державность, народ, духовность, традиции
6. нация, государство, порядок
7. прогресс, технологии, развитие
8. счастье, мир, процветание
9. затрудняюсь ответить
10. другое

В18. С каким утверждением Вы согласны? * Пожалуйста, выберите один ответ из следующих вариантов:

1. защита политических прав, свобод, интересов – личное дело каждого
2. защита политических прав, свобод, интересов должна осуществляться политическими партиями
3. защита гражданских прав, свобод, интересов должна осуществляться органами власти
4. защита гражданских прав, свобод, интересов – сфера совместных усилий граждан, партий и власти

В19. Как Вы себя обычно ведете в ситуации общественной активности, гражданских действий? * Пожалуйста, выберите один ответ из следующих вариантов:

1. организую совместные действия, общественные акции → переходите к вопросу В1
2. участвую в совместных действиях, общественных акциях → переходите к вопросу В1
3. наблюдаю за совместными действиями, общественными акциями → переходите к вопросу Г1
4. никак не участвую в совместных действиях, общественных акциях → переходите к вопросу Д1

В1. Как часто онлайн Вы сталкиваетесь с сообщениями, призывающими к участию в акциях политического протеста? * Пожалуйста, выберите один ответ из следующих вариантов:

1. раз в неделю и чаще встречаю такие сообщения
2. реже, чем раз в неделю встречаю такие сообщения
3. никогда не встречал таких сообщений

В2. Каких тем, касаются эти сообщения, призывающие к участию в акциях политического протеста? * Пожалуйста, выберите все подходящие ответы из следующих вариантов:

1. борьба с коррупцией	5. наступление на права меньшинств
2. ущемление прав граждан	6. защита прав коренного населения
3. несправедливость решений правительства	7. другое
4. ограничение Интернет-прав	

В3. Как Вы обычно реагируете на такие сообщения? * Пожалуйста, выберите один вариант из следующих вариантов:

1. пропускаю и не вчитываюсь в детали
2. прочитываю, внимательно знакомлюсь с ситуацией, затем принимаю решение
3. связываюсь с организаторами, интересуюсь, чем я могу быть полезен
4. начинаю искать единомышленников в своем кругу
5. обязательно принимаю участие
6. другое

В4. Если в ближайшее время, в Вашем населенном пункте/регионе пройдут акции протеста, присоединитесь ли Вы к протестующим? * Пожалуйста, выберите один ответ по каждому из следующих пунктов:

	да	скорее да, чем нет	скорее нет, чем да	нет	затрудняюсь ответить
санкционированные	1	2	3	4	5
несанкционированные	1	2	3	4	5
в онлайн-формате	1	2	3	4	5
в офлайн-формате	1	2	3	4	5

В5. Какой тип общественно-политического контента, мог бы потенциально привлечь Ваше внимание? * Пожалуйста, выберите все подходящие ответы из следующих вариантов:

1. интересные истории успеха	8. лайт-контент
2. интересные личные истории	9. видеоигры с политическим контекстом
3. полезные лайфхаки	10. фильмы, сериалы политического толка
4. важные экспертные мнения	11. политические мемы
5. интервью со стримерами	12. политические комиксы
6. онлайн-квесты	13. другое:
7. онлайн флешмобы	

В6. Как часто Вы объединяете усилия с другими гражданами для решения общих задач? * Пожалуйста, выберите один ответ из следующих вариантов:

1. не реже, чем раз в месяц
2. не реже, чем раз в квартал

3. не реже, чем раз в полгода	6. не помню
4. не реже, чем раз в год	7. другое
5. не реже, чем раз в три — пять лет	

В7. Какие проблемы объединили Вас с другими гражданами? * Пожалуйста, выберите не более пяти ответов из следующих вариантов:

1. экологическая ситуация в стране/регионе/населенном пункте
2. защита животных в стране/регионе/населенном пункте
3. чрезвычайная ситуация природного/техногенного характера в стране/регионе/населенном пункте
4. социально-экономическая ситуация в стране/регионе/населенном пункте
5. политическая ситуация в стране/регионе/населенном пункте
6. ситуация в культурной сфере страны/региона/населенного пункта
7. проведение и исход избирательных кампаний
8. защита прав граждан
9. защита прав представителей этнических меньшинств
10. защита прав представителей сексуальных меньшинств
11. ситуация в образовательных учреждениях и учреждениях дополнительного образования
12. ситуация в здравоохранении страны/региона/населенного пункта
13. другое

В8. Что, прежде всего, мотивирует Вас участвовать в гражданских инициативах? * Пожалуйста, выберите один ответ из следующих вариантов:

1. исполнение своего нравственного долга	6. общение с интересными людьми
2. возможность быть полезным людям	7. улучшение своей репутации
3. сопричастность к решению общей задачи	8. получение финансовых средств
4. возможность самореализации	9. возможность оказывать давление на власть
5. получение дополнительных навыков	10. другое

В9. С кем Вы предпочитаете взаимодействовать офлайн для реализации гражданских инициатив, для оказания помощи и поддержки другим людям? * Пожалуйста, выберите не более пяти подходящих ответов из следующих вариантов:

1. учреждениями социального обеспечения
2. органами государственной власти
3. политическими партиями
4. государственными благотворительными фондами
5. негосударственными благотворительными фондами
6. международными благотворительными фондами
7. российскими некоммерческими организациями
8. зарубежными некоммерческими организациями
9. профсоюзами
10. национальными общинами или землячествами
11. религиозными организациями, церковными сообществами
12. инициативными группами/движениями
13. по месту учебы/работы
14. по месту жительства

В10. С кем Вы предпочитаете взаимодействовать онлайн для реализации гражданских инициатив, для оказания помощи и поддержки другим людям? * Пожалуйста, выберите не более пяти подходящих ответов из следующих вариантов:

1. учреждениями социального обеспечения
2. органами государственной власти
3. политическими партиями
4. государственными благотворительными фондами
5. негосударственными благотворительными фондами
6. международными благотворительными фондами
7. российскими некоммерческими организациями
8. зарубежными некоммерческими организациями
9. профсоюзами
10. национальными общинами или землячествами
11. религиозными организациями, церковными сообществами
12. инициативными группами/движениями

13. по месту учебы/работы
14. по месту жительства

B11. Каким образом Вы, чаще всего, проявляете свою гражданскую активность онлайн *
Пожалуйста, выберите все подходящие ответы из следующих вариантов:

1. оказываю поддержку инициаторам/активистам (лайки, подписка петиции и др.)
2. размещаю контент от инициаторов/активистов/участников у себя на странице
3. комментирую контент инициаторов/активистов/участников в их аккаунтах
4. взаимодействую с инициаторами/активистами/участниками, обсуждаю наиболее эффективные способы решения проблемы
5. взаимодействую с инициаторами/активистами/участниками, осуществляю личное пожертвование средств на решение проблемы
6. взаимодействую с инициаторами/активистами/участниками, помогаю собрать ресурсы (денежные средства, волонтеров и т.д.) для решения проблемы
7. участвую в виртуальных акциях/флешмобах
8. создаю собственный контент
9. сам/сама выступаю в качестве инициатора/активиста/медиаволонтера
10. другое

B12. Каким образом Вы, чаще всего, проявляете свою гражданскую активность офлайн *
Пожалуйста, выберите все подходящие ответы из следующих вариантов:

1. участвую в публичных мероприятиях, направленных на решение проблемы (акции, пикеты, флешмобы)
2. обращаюсь в офис общественной организации, интересуюсь, чем могу помочь
3. участвую в мероприятиях общественной организации
4. участвую в мероприятиях политических партий
5. являюсь волонтером
6. являюсь активистом общественного движения/общественной организации
7. инициативно и лично решаю общую задачу
8. другое

B13. Как часто Вы получаете приглашение присоединиться к гражданской инициативе в социальных медиа? * Пожалуйста, выберите один ответ из следующих вариантов:

1. не реже, чем раз в неделю	3. не реже, чем раз в квартал	5. не реже, чем раз в год
2. не реже, чем раз в месяц	4. не реже, чем раз в полгода	6. другое

B14. Как Вы чаще всего реагируете на приглашение присоединиться к гражданской инициативе в социальных медиа * Пожалуйста, выберите один ответ из следующих вариантов:

1. не вникаю в суть и продолжаю веб-серфинг
2. прочитываю информацию и, как правило, игнорирую
3. прочитываю и пытаюсь узнать больше самостоятельно
4. прочитываю и связываюсь с инициаторами
5. прочитываю и вношу свой вклад в решение общей проблемы (делаю пожертвование)
6. прочитываю и информирую своих друзей и знакомых (ищу единомышленников, чтобы объединить усилия)
7. прочитываю и стараюсь помочь делом (помогаю в организации мероприятий инициаторам и активистам)
8. участвую в мероприятиях онлайн
9. участвую в мероприятиях офлайн

B15. Каким проблемам, как правило, посвящены такие обращения/приглашения? *
Пожалуйста, выберите все подходящие ответы из следующих вариантов:

1. экологическая ситуация в стране/регионе/населенном пункте
2. защита животных в стране/регионе/населенном пункте
3. какая-либо чрезвычайная ситуация природного/техногенного характера в стране//населенном пункте
4. социально-экономическая ситуация в стране/регионе/населенном пункте
5. политическая ситуация в стране/регионе/населенном пункте
6. ситуация в культурной сфере страны/региона/населенного пункта
7. проведение и исход избирательных кампаний
8. защита прав граждан

9. защита прав представителей этнических меньшинств
10. защита прав представителей сексуальных меньшинств
11. ситуация в образовательных учреждениях и учреждениях дополнительного образования
12. ситуация в здравоохранении страны/региона/населенного пункта

В16. По какой причине Вы можете принять участие в какой-либо несанкционированной гражданской инициативе? * Пожалуйста, выберите все подходящие ответы из следующих вариантов:

1. если затронуты Ваши убеждения и интересы
2. если затронуты вопросы жизни и здоровья Ваших детей, близких
3. если это общее решение Вашей общественной объединения, движения
4. по финансовым соображениям
5. никакая причина не может меня побудить участвовать в несанкционированной акции
6. другое

В17. Какие гражданские структуры и механизмы Вы знаете? * Пожалуйста, выберите один ответ по каждому из следующих пунктов:

	знаю в деталях	что-то слышал	ничего не знаю
«Гражданская экспертиза»	1	2	3
«Гражданская законодательная инициатива»	1	2	3
«Волонтеры Победы»	1	2	3
«Бессмертный полк»	1	2	3
«Фонд борьбы с коррупцией» (ФБК)	1	2	3
«Голос»	1	2	3
Общественная палата РФ	1	2	3
Общероссийский народный фронт (ОНФ)	1	2	3
благотворительный фонд «Подари жизнь»	1	2	3
благотворительный фонд «Память поколений»	1	2	3
Фонд дикой природы в России (WWF)	1	2	3
Greenpeace в России	1	2	3
волонтерское движение	1	2	3
политические партии	1	2	3

В18. Каким из известных Вам гражданских структур и механизмов Вы доверяете? * Пожалуйста, выберите один ответ по каждому из следующих пунктов:

	полностью доверяю	скорее доверяю	трудно сказать, доверяю или нет	скорее не доверяю	полностью не доверяю
«Гражданская экспертиза»	1	2	3	4	5
«Гражданская законодательная инициатива»	1	2	3	4	5
«Волонтеры Победы»	1	2	3	4	5
«Бессмертный полк»	1	2	3	4	5
«Фонд борьбы с коррупцией» (ФБК)	1	2	3	4	5
«Голос»	1	2	3	4	5
Общественная палата РФ	1	2	3	4	5
Общероссийский народный фронт (ОНФ)	1	2	3	4	5
благотворительный фонд «Подари жизнь»	1	2	3	4	5
благотворительный фонд «Память поколений»	1	2	3	4	5
Фонд дикой природы в России (WWF)	1	2	3	4	5
Greenpeace в России	1	2	3	4	5
волонтерское движение	1	2	3	4	5
политические партии	1	2	3	4	5

B19. В деятельности каких гражданских структур и реализации каких механизмов Вы принимали/ принимаете или хотели бы принимать участие? * Пожалуйста, выберите один ответ по каждому из следующих пунктов:

	участвовал/а в прошлом	участвую в настоящее время	хотел/а бы участвовать	не участвовал/а и не участвую
«Гражданская экспертиза»	1	2	3	4
«Гражданская законотворческая инициатива»	1	2	3	4
«Волонтеры Победы»	1	2	3	4
«Бессмертный полк»	1	2	3	4
«Фонд борьбы с коррупцией» (ФБК)	1	2	3	4
«Голос»	1	2	3	4
Общественная палата РФ	1	2	3	4
Общероссийский народный фронт (ОНФ)	1	2	3	4
благотворительный фонд «Подари жизнь»	1	2	3	4
благотворительный фонд «Память поколений»	1	2	3	4
Фонд дикой природы в России (WWF)	1	2	3	4
Greenpeace в России	1	2	3	4
волонтерское движение	1	2	3	4
политические партии	1	2	3	4

B20. Есть ли у Вас опыт использования Интернет-сервисов, созданных для взаимодействия с органами власти? * Пожалуйста, выберите один ответ по каждому из следующих пунктов:

	да, использовал многократно	да, использовал единожды	нет, не использовал
Интернет-сервисы предоставления государственных услуг	1	2	3
Интернет-сервисы государственных органов для обратной связи/оценки качества работы органов власти	1	2	3
Интернет-сервисы подписания петиций	1	2	3
электронные обращения, жалобы в органы власти	1	2	3

B21. Удовлетворены ли Вы результатами использования Интернет-сервисов, созданных для взаимодействия с органами власти? * Пожалуйста, выберите только один ответ из следующих вариантов:

1. удовлетворен полностью
2. результат достигнут, но Интернет-сервисы нуждаются в доработке
3. сервисы удобны, но нужного результата я не получил
4. сервис не удобен, нужного результата не получил.
5. не использовал сервисы

B22. Участвовали ли Вы в деятельности онлайн-сообществ в социальных медиа для реализации гражданских и политических прав за последние два года? * Пожалуйста, выберите один ответ по каждому из следующих пунктов:

	активно участвую в сообществе, оставляю сообщения, комментарии, читаю	состою, иногда оставляю сообщения, комментарии, читаю	не состою, не интересуюсь такими сообществами
нацеленных на решение проблем жителей моего района/города	1	2	3
объединенных вокруг политических вопросов (защита прав человека, защита прав меньшинств и т. д.)	1	2	3
электоральной направленности (поддержка кандидата/политической партии)	1	2	3

	активно участвую в сообществе, оставляю сообщения, комментарии, читаю	состою, иногда оставляю сообщения, комментарии, читаю	не состою, не интересуюсь такими сообществами
экологического толка (борьба за сохранение природы, экологическую безопасность)	1	2	3
волонтеров (сбор средств на благотворительность и др.)	1	2	3

В23. Результативно ли Ваше участие в деятельности онлайн-сообществ в социальных медиа для реализации гражданских и политических прав за последние два года? * Пожалуйста, выберите один ответ из следующих вариантов:

1. результат был достигнут (проблема решена)
2. результат был частично достигнут (проблема решена частично)
3. результат не был достигнут (проблема осталась нерешенной)
4. не участвовал

В24. Каким образом проявляется Ваша политическая активность офлайн? * Пожалуйста, выберите все подходящие ответы из следующих вариантов:

1. участие в избирательных кампаниях
2. голосование на выборах
3. членство в парламентской политической партии
4. членство в непарламентской политической партии
5. членство в общественной организации
6. статус сторонника парламентской политической партии
7. статус сторонника непарламентской политической партии
8. участие в собраниях, митингах, акциях протеста
9. подписание обращений, петиций
10. другое

В25. Каким образом проявляется Ваша политическая активность онлайн? * Пожалуйста, выберите все подходящие ответы из следующих вариантов:

1. подписан на актуальные политические ресурсы органов государственной власти
2. подписан на актуальные политические ресурсы оппозиционных политических сил
3. веду блог/влог (видео блог) и затрагиваю в нем политические темы
4. подписан на онлайн-сообщества, обсуждающие политические темы
5. модеррую онлайн-сообщество политического толка
6. занимаюсь краудсорсингом/краудфандингом в политических целях
7. организую группы волонтеров/добровольцев для участия в мероприятиях политического характера
8. другое

В26. Если бы выборы депутатов Государственной думы ФС РФ состоялись бы на следующей неделе, за какую из политических партий Вы бы отдали свой голос? * Пожалуйста, выберите один ответ из следующих вариантов:

1. «Единая Россия»
2. КПРФ
3. ЛДПР
4. «Справедливая Россия»
5. «Яблоко»
6. «Родина»
7. «Партия Роста»
8. «Россия будущего»
9. «Другая Россия»
10. «За правду»
11. не достиг/да возраста избирателя
12. не пошел/а бы на выборы
13. против всех
14. затрудняюсь ответить
15. другое

В27. О каких массовых акциях протеста, прошедших в России, Вы знаете? * Пожалуйста, выберите один ответ по каждому из следующих пунктов:

	знаю в детализ	что-то слышал/а	ничего не знаю
«Он Вам не Димон»	1	2	3
«Марш миллионов»	1	2	3
протесты на станции Шиес	1	2	3
протесты у ТЦ «Зимняя вишня» в Кемерово	1	2	3
протесты против блокировки Telegram	1	2	3
протесты за сохранение на посту губернатора С. Фургала в Хабаровске	1	2	3
протесты в период выборов Московской Городской Думы «Допускай»	1	2	3
протесты «Я/Мы – Иван Голунов»	1	2	3
массовые акции вокруг расследования по делу сестер Хачатурян	1	2	3
«Русский марш»	1	2	3
виртуальные акции протеста в период пандемии COVID-19	1	2	3
протесты против передачи Исаакиевского собора РПЦ	1	2	3

В28. Требования протестующих, каких из известных Вам акций, Вы считаете справедливыми? * Пожалуйста, выберите один ответ по каждому из следующих пунктов:

	полностью справедливые	скорее справедливые, чем не справедливые	скорее не справедливые, чем справедливые	полностью не справедливые	затрудняюсь ответить
«Он Вам не Димон»	1	2	3	4	5
«Марш миллионов»	1	2	3	4	5
протесты на станции Шиес	1	2	3	4	5
протесты у ТЦ «Зимняя вишня» в Кемерово	1	2	3	4	5
протесты против блокировки Telegram	1	2	3	4	5
протесты за сохранение на посту губернатора С. Фургала в Хабаровске	1	2	3	4	5
протесты «Допускай» в период выборов Московской Городской Думы	1	2	3	4	5
протесты «Я/Мы - Иван Голунов»	1	2	3	4	5
массовые акции вокруг расследования по делу сестер Хачатурян	1	2	3	4	5
«Русский марш»	1	2	3	4	5
виртуальные акции протеста в период пандемии COVID-19	1	2	3	4	5
протесты против передачи Исаакиевского собора РПЦ	1	2	3	4	5

В29. Как Вы относитесь к тому, что в ряде случаев к акциям протеста привлекаются дети и подростки? * Пожалуйста, выберите один ответ из следующих вариантов:

1. положительно	3. скорее отрицательно, чем	5. затрудняюсь ответить
2. скорее положительно, чем	положительно	6. Другое
отрицательно	4. отрицательно	

В30. С Вашей точки зрения, необходимо ли властям и правоохранительным органам противодействовать несанкционированным акциям протеста? * Пожалуйста, выберите один ответ из следующих вариантов:

1. Да	5. затрудняюсь
2. скорее да, чем нет	ответить
3. скорее нет, чем да	6. другое
4. нет	

В31. Какие из альтернативных путей развития гражданских и политических инициатив, помимо организации и проведения массовых акций протеста, Вы считаете оптимальными для современной России? * Пожалуйста, выберите все подходящие варианты ответов:

1. внедрение программы гражданского воспитания в систему образования
2. расширение гражданских прав и свобод
3. самостоятельное, без поддержки государства, развитие структур гражданского общества
4. развитие гражданского общества через поддержку государством инициатив НКО и других гражданских структур
5. повышение качества коммуникации между гражданами и органами власти
6. рост цифровой инфраструктуры (специальных платформ и сообществ) гражданского общества
7. развитие политической инфраструктуры (новых политических партий и движений)
8. внедрение социального рейтинга граждан
9. ужесточение наказаний за уклонение от гражданских обязанностей
10. затрудняюсь ответить
11. другое

Г1. Что из проявлений гражданской активности Вы считаете приемлемым для себя онлайн?

* Пожалуйста, выберите все подходящие ответы из следующих вариантов:

1. преимущественно наблюдать за событиями, быть в курсе
2. общаться с единомышленниками, обсуждать волнующие вопросы
3. демонстрировать поддержку идей/лидеров/проектов посредством лайков
4. демонстрировать свою позицию посредством репостов, подписок, комментариев
5. самостоятельно создавать контент, посвященный, заинтересовавшим меня идеям/лидерам/проектам
6. участвовать в обсуждении идей/лидеров/проектов на краудсорсинговых площадках
7. проявлять свою поддержку идей/лидеров/проектов через пожертвование средств
8. проявлять свою поддержку идей/лидеров/проектов через участие в организации краудфандинга
9. проявлять свою поддержку идей/лидеров/проектов через медиаволонтерство
10. проявлять свою поддержку идей/лидеров/проектов через подписание петиций
11. проявлять свою поддержку идей/лидеров/проектов через обращения в органы власти
12. другое

Г2. Что из проявлений политической активности Вы считаете приемлемым для себя онлайн? * Пожалуйста, выберите все подходящие ответы из следующих вариантов:

1. наблюдать за событиями, быть в курсе
2. общаться с единомышленниками, обсуждать волнующие вопросы
3. демонстрировать поддержку идей/лидеров/проектов посредством лайков
4. демонстрировать свою позицию посредством репостов, подписок, комментариев
5. самостоятельно создавать контент, посвященный, заинтересовавшим меня идеям/лидерам/проектам
6. участвовать в обсуждении идей/лидеров/проектов на краудсорсинговых площадках
7. проявлять свою поддержку идей/лидеров/проектов через пожертвование средств
8. проявлять свою поддержку идей/лидеров/проектов через участие в организации краудфандинга
9. проявлять свою поддержку идей/лидеров/проектов через медиаволонтерство
10. проявлять свою поддержку идей/лидеров/проектов через подписание петиций
11. проявлять свою поддержку идей/лидеров/проектов через обращения в органы власти
12. другое

Г3. Допускаете ли Вы для себя в ближайшие год-два переход от онлайн-активности к реальным практикам в сфере гражданских инициатив? * Пожалуйста, выберите один ответ из следующих вариантов:

1. безусловно, да	3. скорее нет	5. затрудняюсь ответить
2. скорее да	4. безусловно нет	

Г4. Допускаете ли Вы для себя в ближайшие год-два переход от онлайн-активности к реальным практикам в сфере политических инициатив? * Пожалуйста, выберите один ответ из следующих вариантов:

1. безусловно, да	3. скорее нет	5. затрудняюсь ответить
2. скорее да	4. безусловно нет	

Г5. Почему такие люди как Вы предпочитают оставаться онлайн для проявления/реализации гражданской активности? * Пожалуйста, выберите все подходящие варианты ответов из следующих вариантов:

1. инициатив и проектов очень много, в них сложно разобраться
2. инициатив и проектов очень много, всем помочь невозможно
3. от гражданских инициатив/лидеров/проектов ничего не зависит, они слабо влияют на жизнь общества
4. у многих есть негативный опыт участия в гражданских инициативах/проектах
5. гражданские проекты, как правило, обслуживают политические интересы
6. гражданские проекты, как правило, обслуживают интересы бизнеса
7. нет мотивации, большинство не понимают, что получают лично они
8. у большинства нет необходимых навыков
9. у большинства нет свободного времени
10. большинство не знают, куда обратиться

Г6. На Ваш взгляд, почему такие люди как Вы предпочитают оставаться онлайн для проявления/реализации политической активности? * Пожалуйста, выберите все подходящие ответы из следующих вариантов:

1. инициатив/партий/лидеров очень много, в них сложно разобраться
2. инициатив/партий/лидеров очень много, везде участвовать крайне сложно
3. от партийных инициатив/лидеров/проектов ничего не зависит, они слабо влияют на жизнь общества
4. у многих есть негативный опыт участия в политических инициативах/проектах
5. партии и лидеры, как правило, обслуживают узкие политические интересы
6. партии и лидеры, как правило, обслуживают интересы бизнеса
7. нет мотивации, большинство не понимают, что получают лично они
8. у большинства нет необходимых навыков
9. у большинства нет свободного времени
10. большинство не знают, куда обратиться

Г7. Если бы возникла необходимость решения вопросов/задач важных лично для Вас, Ваших родных и близких, к каким из известных Вам структур гражданского общества Вы обратились бы в первую очередь? * Пожалуйста, выберите все подходящие ответы из следующих вариантов:

1. религиозные организации
2. СМИ и лидеры общественного мнения
3. органы местного самоуправления
4. творческие и спортивные организации
5. профсоюзы
6. политические партии
7. лоббистские группы
8. политические организации и движения
9. общественные организации и НКО
10. ассоциации предпринимателей
11. союзы потребителей
12. землячества
13. волонтерские центры
14. благотворительные фонды
15. не стал/а бы обращаться ни к одной из указанных структур
16. другое

Г8. Как вы считаете, какие форматы и среды взаимодействия со структурами гражданского общества предпочтительны для таких людей, как Вы? * Пожалуйста, выберите один ответ по каждому пункту:

	преимущественно офлайн	преимущественно онлайн	и офлайн, и онлайн	ничего
получение моральной поддержки	1	2	3	4
помощь в составлении обращений в органы власти	1	2	3	4

	преимущественно офлайн	преимущественно онлайн	и офлайн, и онлайн	ничего
отстаивание Ваших интересов в органах власти	1	2	3	4
получение помощи эксперта	1	2	3	4
получение материальной помощи	1	2	3	4
получение возможности приобрести дополнительные знания/навыки	1	2	3	4
расширение сети Ваших контактов	1	2	3	4

Г9. При каких условиях Вы могли бы активизировать свою гражданскую и политическую деятельность? * Пожалуйста, выберите один ответ из следующих вариантов:

1. переезд в другую страну
2. смена руководства страны
3. смена политического курса правительства
4. повышение уровня и качества жизни
5. усиление экономического кризиса
6. появление лидера/партии с близкими мне идеями
7. появление сильной организации, способной объединить таких людей, как Вы
8. если за неучастие введут санкции
9. если за участие введут поощрения
10. другое

Д1. С чем, в первую очередь, связано Ваше дистанцирование от гражданской активности?

* Пожалуйста, выберите один ответ из следующих вариантов:

1. мне это в целом не интересно
2. у меня нет на это времени
3. у меня нет для этого необходимых знаний и навыков
4. не знаю куда обратиться, чтобы начать
5. не вижу интересных идей/инициатив/проектов
6. не вижу интересных лидеров/сообществ/организаций
7. не понимаю, как это сможет изменить ситуацию в обществе/государстве
8. не понимаю, что лично я получу от участия в гражданских инициативах/проектах
9. не хочу, чтобы мною командовали другие люди
10. не хочу, чтобы мною манипулировали другие люди
11. не знаю, не задумывался/-ась над этим
12. другое

Д2. Какие утверждения Вам близки, какие Вы разделяете? * Пожалуйста, выберите все подходящие ответы из следующих вариантов:

1. политика – грязное дело
2. я в такие игры как политика не играю
3. от моего голоса/участия ничего не зависит
4. в политике, как правило, все заранее решено за нас
5. я не могу себе позволить участвовать в политике
6. участие в политике – это напрасная трата времени
7. я не разбираюсь в политике
8. если ты не занимаешься политикой, политика займется тобой

Д3. Участвовали ли Вы в выборах/референдумах в 2019–2020 гг.? * Пожалуйста, выберите один ответ из следующих вариантов:

1. да
2. нет

Д4. Вы всегда придерживаетесь стратегии неучастия в выборах? * Пожалуйста, выберите один ответ из следующих вариантов:

1. да, всегда
2. часто
3. иногда

Д5. Что послужило причиной выбора стратегии неучастия в выборах? * Пожалуйста, выберите все подходящие ответы из следующих вариантов:

1. результаты выборов, как правило, predeterminedены
2. ничего не меняется, нет новых лиц/партий

3. ничего не меняется, нет новых форматов/технологий обеспечения качества выборного процесса
4. идеи политических лидеров/партий противоречат моим убеждениям
5. идеи и программы политических лидеров/партий фактически у всех одинаковые
6. данная стратегия является традиционной для моих родителей
7. данная стратегия является распространенной в моем окружении
8. мой жизненный успех никак не зависит от моего политического участия
9. другое

Д6. Если бы возникла необходимость решения вопросов/задач важных лично для Вас, Ваших родных и близких, к каким из известных Вам структур гражданского общества Вы обратились бы в первую очередь? * Пожалуйста, выберите все подходящие ответы из следующих вариантов:

1. религиозные организации
2. СМИ и лидеры общественного мнения
3. органы местного самоуправления
4. творческие и спортивные организации
5. профсоюзы
6. политические партии
7. лоббистские группы
8. политические организации и движения
9. общественные организации и НКО
10. ассоциации предпринимателей
11. союзы потребителей
12. землячества
13. волонтерские центры
14. благотворительные фонды
15. не стал/а бы обращаться ни к одной из указанных структур
16. другое

Д7. Как вы считаете, какие форматы и среды взаимодействия со структурами гражданского общества предпочтительны для таких людей, как Вы? * Пожалуйста, выберите один ответ по каждому из следующих:

	преимущественно офлайн	преимущественно онлайн	и офлайн, и онлайн	ничего
получение моральной поддержки	1	2	3	4
помощь в составлении обращений в органы власти	1	2	3	4
отстаивание Ваших интересов в органах власти	1	2	3	4
получение помощи эксперта	1	2	3	4
получение материальной помощи	1	2	3	4
получение возможности приобрести дополнительные знания/навыки	1	2	3	4
расширение сети Ваших контактов	1	2	3	4

Д8. При каких условиях Вы могли бы активизировать свою гражданскую и политическую деятельность? * Пожалуйста, выберите один ответ из следующих вариантов:

1. переезд в другую страну
2. смена руководства страны
3. смена политического курса правительства
4. повышение уровня и качества жизни
5. усиление экономического кризиса
6. появление лидера/партии с близкими мне идеями
7. появление сильной организации, способной объединить таких людей, как Вы
8. если за неучастие введут санкции
9. если за участие введут поощрения
10. другое

Благодарим за участие в опросе!