

Санкт-Петербургский государственный университет

НОВИКОВА Ксения Андреевна

Выпускная квалификационная работа

Социальные медиа как инструмент управления протестными движениями: на примере Российской Федерации и Соединенных Штатов Америки

Уровень образования: магистратура

Направление *41.04.05 «Международные отношения»*

Основная образовательная программа *ВМ.5568.* «Связи с общественностью в сфере международных отношений»*

Научный руководитель:

доцент кафедры
европейских исследований,
кандидат социологических наук
Немирова Наталья Викторовна

Рецензент:

профессор кафедры
социального управления,
РГПУ им. А. И. Герцена,
доктор социологических наук
Зарубин Валерий Григорьевич

Санкт-Петербург

2019

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
Глава 1. Основные инструменты социальных медиа	9
1.1 Понятие «социальные медиа» и их структура в России и США	9
1.2 Влияние социальных медиа на формирование общественного мнения	16
Глава 2. Протестные движения	22
2.1 Основные теоретико-методологические подходы к изучению протестной деятельности	22
2.2 Протестные движения в информационном обществе	34
Глава 3. Анализ протестных движений и социальных медиа	44
3.1 Боты как средство создания информационного контента в интернете	44
3.2 Диванные войны и интернет-сообщество	49
3.3 Протестные движения в РФ и США: основные особенности	58
Заключение	71
Список источников и литературы	74
Приложения	85

Введение

Актуальность исследования обусловлена постоянно увеличивающимся числом пользователей сети интернет, который становится не только средством для проведения времени, общения и поиска информации, но и важным политическим инструментом. В то время как, протестные акции — это один из эффективных способов высказать свою точку зрения. В современном мире люди каждый день используют веб-технологии, это новое средство налаживания коммуникации. Интернет образует особую реальность со своими понятиями, ценностями, образом мыслей и языком, он предоставляет возможность для объединения протестных настроений локального уровня и придает голос глобальным проблемам, которые моментально привлекают внимание общественности и правительств. Увеличение протестного потенциала в мире и организованности среди митингующих, а также рост массовости и повышенной активности среди пользователей интернет технологий и социальных сетей вызывает интерес к изучению этой проблемы.

Хронологические рамки: основное внимание уделяется протестным движениям в период с 2011 года, первые масштабные акции организованные и управляемые по средствам интернета, до настоящего времени.

Целью исследования выступает оценка роли социальных медиа как инструмента управления протестными движениями в РФ и США. Достижение поставленной цели осуществляется путем последовательного решения следующих *исследовательских задач*:

- проанализировать влияние социальных медиа на формирование общественного мнения;
- рассмотреть сущность протестных движений в информационном обществе;
- выявить и систематизировать основные теоретико-методологические подходы к изучению протестной деятельности;
- описать структуру и особенности социальных медиа США и России;
- представить методы управления общественным мнением по средствам современных технологий в интернете;
- охарактеризовать основные особенности протестных движений в РФ и США;
- проанализировать политическую активность пользователей сети интернет.

Объектом исследования выступают протестные движения в РФ и США. *Предметом исследования* выступают социальные медиа как инструмент управления протестными движениями.

При написании данной работы для достижения поставленной цели и решения обозначенных задач использовался ряд *методологических приемов*: был применён ретроспективный анализ при изучении протестных движений прошлых лет, но основным методом стал сравнительный анализ, который позволил понять роль социальных медиа в организации акций протеста на территории России и Соединенных Штатов Америки.

Новизна работы определяется анализом различных подходов к изучению уровня проникновения социальных медиа в управление протестными движениями и возможности переноса протеста из онлайн пространства в офлайн по средствам сравнительного анализа Occupy Wall Street в США и Протестного движения 2011 года в России.

Апробация работы проведена на дискуссионном семинаре Гендерные аспекты в международных отношениях: проблемы маскулинности и феминности (14 мая 2018 года в Смольнинском кампусе СПбГУ). На семинаре был сделан доклад, посвящённый женским маршам, захватившим США после победы на президентских выборах Дональда Трампа. В рамках дискуссии был поднят вопрос о процессе и особенностях организации протестов.

Глобализационные процессы конца XX – начала XXI веков привели к углублению взаимной зависимости стран мира. Сегодня, благодаря социальным медиа, протестные движения, возникшие в одном месте, могут мгновенно распространиться на другие страны и континенты.

С 90-х годов XX века, когда информационные технологии совершили скачок в распространении и количество пользователей сети интернет начало существенно увеличиваться, что привело к увеличению роли интернета в мире. Изучение сетевых структур стало центральным понятием в работах как западных, так и отечественных авторов, в частности, в диссертации использовались труды М. С. Будолак, Д. Брекенридж, М. Кастельса, Д. Миллера,¹ посвященные данной тематике. Проблемами развития новых информационных ресурсов и их роли в организации коллективных действий занимаются: А. Ваньке, А. Тартаковская, К. Ширки, Д. Вагарик, Т. Веинберг и И. Ксенофонтова.²

¹Будолак, М. С. Понятие «Социальные медиа» / М. С. Будолак // Петербургская школа PR: от теории к практике. - 2009. № 7. – С 15-23.

Брекенридж, Д. PR 2.0: новые медиа, новые аудитории, новые инструменты / Брекенридж, Д. - М.: Эксмо, 2010. – 272 с.

Castells, M. Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age / M. Castells - Cambridge: Polity Press, 2012. – 200 p.

Miller, D. The Internet: an ethnographic approach / D. Miller, D. Slater - Oxford: Berg Publishers, 2001. – 227 p.

² Ваньке, А. Ксенофонтова, И. Тартаковская, И. Интернет-коммуникации как средство и условие политической мобилизации в России (на примере движения «За честные выборы») / Ваньке, А. Ксенофонтова, И. Тартаковская, И. URL:

А. В. Соколов, А. А. Фролов, И. А. Быков, А. Лашманкин, Т. Андерсон, Р. В. Грищук, Д. Делла Порта³ и другие изучают использование социальных сетей в организации протестных акций и массовых беспорядков.

Вопрос взаимоотношений СМИ и власти в условиях информатизации общества рассматривается в работах известных западных ученых, таких как Ю. Хабермас, Д. Лиллекер, Э. Тоффлер.⁴ Их исследования продолжили Дж. Урри, И. Н. Панарина, И. М. Дзялошинский, Н. В. Абцешко, Е. В. Тимошевич, Е. Л. Вартанова, А. С. Агейчев и другие исследователи.⁵

<http://jour.isras.ru/upload/journals/7/articles/4380/submission/original/4380-8134-1-SM.pdf> (дата обращения: 12.02.2019).

Shirky, C. The Political Power of Social Media: Technology, the Public Sphere, and Political Change / C. Shirky // Foreign Affairs. - 2011. № 1. – P. 28-41.

Varagic, D. Social Media Strategy Templates Recommendations / D. Varagic URL: <http://www.draganvaragic.com/en/social-media-strategy-templates-recommendations/> (дата обращения: 13.12.2018).

Weinberg, T. Social Media Strategy from A to Z / T. Weinberg URL: <http://www.techipedia.com/2010/social-media-strategy-a-z/> (дата обращения: 13.12.2018).

³ Фролов, А. А. Соколов, А. В. Сетевая организация протеста: «Стратегия-31» / Фролов, А. А. Соколов А. В. // Ярославский педагогический вестник. - 2013. № 2 – С. 91-96.

Быков, И. А. Интернет-технологии в связях с общественностью / Быков, И. А. URL: http://bykov.socionet.ru/public/Bykov_InternetTechPR.html (дата обращения: 23.04.2018).

Быков, И. А. Копилефт и технологии вирусного маркетинга в интернете / Быков, И. А. URL: http://bykov.socionet.ru/public/Bykov_CopyLeft_2009.html (дата обращения: 23.04.2018).

Лашманкин, А. Социальные сети и протестные акции против фальсификации выборов в Самаре: версия наблюдателя / А. Лашманкин // Digital Icons: Studies in Russian, Eurasian and Central European New Media. - 2012. № 7. – С. 205-211.

Anderson, T. The 3 Types of Social Media Strategy / T. Anderson URL: <https://www.socialmediatoday.com/content/3-types-social-media-strategy> (дата обращения: 27.09.2018).

Грищук, Р. В. Синергия информационных и кибернетических действий / Р. В. Грищук, Ю. Г. Даник // Труды университета. - 2014. № 6 (127). – С. 132-143.

Грищук, Р. В. Технологические аспекты информационного противоборства на современном этапе / Р. В. Грищук, И. А. Канкин, В. В. Охримчук // Защита информации. - 2015. № 1 – С. 80-104.

Della Porta, D. Global-Net for Global Movements? A Network of Networks for a Movement of Movements / D. Della Porta, L. Mosca. // Journal of Public Policy. - 2005. №1. – P. 165-190.

⁴ Хабермас, Ю. Техника и наука как «идеология» / Хабермас, Ю. - М.: Практикс, 2007. – 208 с.

Лиллекер, Д. Политическая коммуникация. Ключевые концепты / Лиллекер, Д. - Х.: Гуманитарный Центр, 2010. – 300 с.

Тоффлер, Э. Метаморфозы власти / Тоффлер, Э. - М.: ООО «Издательство АСТ», 2003. – 669 с.

⁵ Urry, J. Sociology Beyond Societies: Mobilities for the Twenty-first Century / J. Urry - N. Y.: Routledge, 2012. – 272 p.

Панарин, И. Н. Технология информационной войны / Панарин, И. Н. - М.: «КСП +», 2003. – 320 с.

Дзялошинский, И. М. СМИ и общественные институты: перспективы взаимодействия / Дзялошинский, И. М. URL: www.mediascope.ru/node/223 (дата обращения: 03.11.2018).

Абцешко, Н. В. Тимошевич, Е. В. Влияние СМИ на общественное мнение / Абцешко, Н. В. Тимошевич, Е. В. URL: <http://mic.org.ru/18-nomer-2016/580-vliyanie-smi-na-obshchestvennoe-mnenie> (дата обращения: 03.11.2018).

Протестные движения – это один из эффективных способов изменить политическую ситуацию в стране. Важными для исследования общественных движений протеста являются работы западных авторов: Г. Лебона, Г. Олпорта, Р. Тернера, Н. Смелзера, Т. Гарра, А. Турена, М. Олсона, Д. Макадама, Дж. Маккартни⁶ а также труды российских ученых Е. Здравомысловой, Д. Волкова, А. Бикбова, Р. Э. Бараша⁷ и других. Протестные настроения, развивающиеся в сети интернет, исследовались такими учеными, как А. Лашманкин, С. Г. Ушкин, Х. Кристенсен, М. Уайт, В. Дергачев, Дж. Экман, Е. Морозов и М. Габович.⁸ Современные технологии предоставили исследователям возможность

Вартанова, Е. Л. Чем управляют менеджеры СМИ? О природе современного медиамеджмента / Вартанова, Е. Л. URL: <http://www.mediascope.ru/чем-управляют-менеджеры-сми-о-природе-современного-медиамеджмента> (дата обращения: 03.11.2018).

Агейчев, А. С. Законодательство в сфере интернет-коммуникаций: Российский и международный опыт / А. С. Агейчев // COMPARATIVE POLITICS. - 2016. № 2 (23). – С. 73-84.

⁶ Лебон, Г. Психология народов и масс / Лебон, Г. - М.: Академический проект, 2015. – 239 с.

Олпорт, Г. Становление личности: Избранные труды / Олпорт, Г. - М.: Смысл, 2002. – 462 с.

Turner, R. H. Self and other in moral judgment / R. H. Turner // American Sociological Review. - 1954. № 3. –Р. 249-259.

Смелзер, Н. Социология (учебник) / Смелзер, Н. - М.: Феникс, 1994. — 688 с.

Гарр, Т. Р. Почему люди бунтуют / Гарр, Т. Р. - СПб: Питер, 2015. – 461 с.

Турен, А. Возвращение человека действующего. Очерк социологии / Турен, А. – М.: Научный мир, 1998. – 204 с.

Олсон, М. Логика коллективного действия: общественные блага и теория групп / Олсон, М. - М.: Фонд Экономической Инициативы, 1995. – 165 с.

McAdam, D. The Biographical Consequences of Activism / D. McAdam // American Sociological Review. - 1989. №5. – Р. 744-760.

McCarthy, J. Resource Mobilization and Social Movements / J. McCarthy, M. Zald. // American Journal of Sociology. – 1977. № 6. – Р. 1212-1241.

⁷ Здравомыслова, Е. А. Социологические подходы к анализу общественных движений / Е. А. Здравомыслова // Социологические исследования. - 1990. №7. – С. 88-94.

Волков, Д. Протестное движение в России в конце 2011-2012 гг. / Волков, Д. URL: www.levada.ru/books/protestnoe-dvizhenie-v-rossii-v-kontse-2011-2012-gg (дата обращения: 14.12.2018).

Бикбов, А. Методология исследования «внезапного» уличного активизма (Российские митинги и уличные лагеря, декабрь 2011 – июнь 2012) / А. Бикбов // Laboratorium. - 2012. № 2. – С. 130-163.

Бараш, Р. Э. Системно-коммуникативная теория протеста: протест как «альтернатива без альтернативы» / Р. Э. Бараш // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. - 2018. № 3. – С. 123-138.

⁸ Лашманкин, А. Социальные сети и протестные акции против фальсификации выборов в Самаре: версия наблюдателя / А. Лашманкин // Digital Icons: Studies in Russian, Eurasian and Central European New Media. – 2012. № 7. – С. 205-211.

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. 3-12.

Christensen, H. S. Political Activities on the Internet: Slacktivism or Political Participation by other Means? / H. S. Christensen // First Monday. - 2011. № 2. – Р. 1-23.

разработки новых методов анализа и обработки информации, данные подходы описаны в работах следующих авторов: Р. Купманск, Д. Рухт, П. Багелли, Х. Карнейру, И. Милонакис, М. Алексеев, О. Крыштановская.⁹

Для понимания реакции властных структур на протестную деятельность в интернете в работе были проанализированы законодательные акты Российской Федерации и Соединённых Штатов Америки: ФЗ № 149-ФЗ от 27 июля 2006 г. «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»; ФЗ № 139-ФЗ от 28 июля 2012 года «О внесении изменений в Федеральный закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» и отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросу ограничения доступа к противоправной информации в сети Интернет»; ФЗ № 187-ФЗ от 2 июля 2013 года «О внесении изменений в законодательные акты Российской Федерации по вопросам защиты интеллектуальных прав в информационно-телекоммуникационных сетях»; Communications Assistance for Law Enforcement Act; Digital Millennium Copyright Act; Cybersecurity Information Sharing Act.

Проводился анализ статистических данных и материалов опубликованных на сайтах международных агентств: Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ), Левада-Центр, World Protests, Internet World Stats и NATO Strategic

White, M. Clicktivism is ruining leftist activism / M. White. URL: www.guardian.co.uk/commentisfree/2010/aug/12/clicktivism-ruining-leftist-activism (дата обращения: 19.12.2018).

Дергачев, В. Большинство россиян отказались митинговать ради изменений к лучшему / Дергачев, В. URL: <https://www.rbc.ru/politics/13/02/2019/5c62a4a39a7947ddd78086ff> (дата обращения: 05.03.2019).

Ekman, J. Political Participation and Civic Engagement: Towards A New Typology / J. Ekman, E. Amna // *Human Affairs*. - 2009. Vol. 22. – P. 283-300.

Morozov, E. The Net Delusion - The Dark Side of Internet Freedom / E. Morozov N. Y.: Public Affairs, 2012. – 448 p. 410

Gabowitsch, M. Social Media, Mobilisation and Protest Slogans in Moscow and Beyond / M. Gabowitch // *Digital Icons: Studies in Russian, Eurasian and Central European New Media*. - 2012. № 7. – P. 213-225.

⁹ Koopmans, R. Rucht, D. Protest Event Analysis and It's Offspring / R. Koopmans, D. Rucht // *Methodological Practices in Social Movement Research* / ed.: B. Klandermans, S. Staggenborg. - Minneapolis: Minnesota University Press, 2014. – P. 335-367.

Bagguley, P. The Limits of Repertoires and Protest Event Data for the Analysis of Contemporary Feminism / P. Bagguley // *Politics & Gender*. - 2010. №4. – P. 616-622.

Carneiro, H. A. Mylonakis, E. Google Trends: A Web-Based Tool for Real-Time Surveillance of Disease Outbreaks / H. A. Carneiro, E. Mylonakis // *Infectious Diseases Society of America*. - 2009. № 49 (10). – P. 1557-1564.

Alexeev, M. Beyond the Polls: Google Queries and Public Protest Volatility in Russia / M. Alexeev URL: <http://www.ponarseurasia.org/memo/beyond-polls-google-queries-and-public-protest-volatility-russia> (дата обращения: 29.10.2018).

Крыштановская, О. Цифровая социология и изучение элиты в России / Крыштановская, О. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=1423#sten> (дата обращения: 08.02.2018).

Communications Centre of Excellence Riga.¹⁰

Структура работы обусловлена целью и задачами исследования и включает в себя введение, основную часть, разделенную на три главы, заключение, список источников и литературы, приложение.

Первая глава посвящена социальным медиа и их распространению на территории Российской Федерации и Соединенных Штатов Америки, а также анализу их роли в формировании общественного мнения.

Во второй главе проведен анализ теоретико-методологических подходов к изучению протестной деятельности и ее развитию в информационном обществе.

Третья глава посвящена непосредственно сравнению протестных акций в России и США. Рассмотрены новые формы политической активности в интернете и их влияние на офлайн жизнь граждан.

В заключении подводятся итоги исследования и рассматриваются возможные варианты расширения сферы деятельности протестных активистов в онлайн пространстве.

¹⁰ Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) 17.09.2018 провел опрос, о том "Пользуетесь ли Вы интернетом, и если да, то, как часто?" / ВЦИОМ URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9322> (дата обращения: 08.02.2018).

Волков, Д. А. Протестные митинги в России конца 2011 — начала 2012 гг.: запрос на демократизацию политических институтов / Д. А. Волков // Вестник общественного мнения. - 2012. № 2. – С. 73-86.

Ortiz, I. Burke, S. Berrada, M. Saenz H. C. World Protests 2006-2013 / I. Ortiz, S. Burke, M. Berrada URL: http://policydialogue.org/publications/working_papers/world_protests_2006-2013/ (дата обращения: 15.11.2018).

Internet World Stats Top 20 countries with the highest number of internet users / Internet World Stats URL: <https://www.internetworldstats.com/top20.htm> (дата обращения: 03.02.2019).

NATO Strategic Communications Centre of Excellence Riga, Latvia Internet Trolling as a hybrid warfare tool: the case of Latvia / NATO Strategic Communications Centre of Excellence Riga, Latvia URL: <https://www.stratcomcoe.org/internet-trolling-hybrid-warfare-tool-case-latvia-0> (дата обращения: 26.09.2018).

Глава 1. Основные инструменты социальных медиа

1.1 Понятие «социальные медиа» и их структура в России и США

В XXI веке новые медиа от канала информационного вещания эволюционировали к интерактивному персонализированному каналу информации. Роль социальных медиа как неотъемлемой части политической коммуникационной стратегии значительно возросла, им удалось заменить политические партии в организации гражданской активности и легитимации общественных решений. Социальные медиа стали неотъемлемой частью политических процессов — они служат эффективным способом привлечения новых сторонников, их мобилизации и агитации, а также экономичным способом сбора средств.

Масштаб влияния электронных СМИ, в которых информация представлена в формате цифровых данных, на современное общество дает основания характеризовать политику современных государств как медиацентрированную, а политическую систему, в которой средства массовой информации осуществляют мощное влияние на политику, — медиацентрированной демократией. Данный термин, введённый Д. Свонсоном,¹¹ характеризует такую политическую систему, в которой СМИ являются основным источником информации для общественности, вследствие чего политическая активность осуществляется уже с учетом этого влияния. Понятие «медиацентрированная демократия» является маркером новых видов властных ресурсов в демократическом обществе, которые основаны на идеологическом влиянии власти на граждан через СМИ, которые создают политическую медиареальность.

Характерными особенностями медиацентрированной демократии являются:

- переход идеологической функции от государства и политических партий к средствам массовой информации;
- появление новых способов налаживания политического медиадискурса через масс-медиа, которые позволяют раскрыть и реализовать творческий потенциал граждан, выразить их политические взгляды, разные точки зрения на существующие проблемы, влияние на политику государства этнических, национальных, социальных групп, отдельных граждан;
- возникновение политической медиареальности.

¹¹ Лиллекер, Д. Политическая коммуникация. Ключевые концепты / Лиллекер, Д. - Х.: «Гуманитарный Центр», 2010, с. 153

Одним из наиболее наглядных результатов Веб 2.0¹² стало появление и активное развитие социальных медиа, в которых значительная доля контента создаётся и распространяется непосредственно пользователями. Согласно мнению М. С. Будолак, «социальные медиа — представляют новый вид он-лайн СМИ, где любой пользователь сети интернет, даже не обладающий навыками программирования, может принять участие в процессе создания, хранения и распространении социально значимой информации, которая имеет периодический характер и адресована широкой общественности».¹³ Социальные медиа сегодня являются серьёзным конкурентом традиционным СМИ.

В эпоху интернет технологий и увеличения информационной составляющей общественной жизни, в том числе усиление воздействия социальных медиа на пользователей сети, особую актуальность приобретают вопросы эффективного применения медиа-технологий в процессе налаживания связей с общественностью (PR).

Социальные медиа в интернете представляют собой термин, характеризующий разнообразную активность по формированию и обмену информацией, в которой участвуют множество авторов. Они включают в себя ряд характеристик, которые отличают это явление от иных традиционных СМИ (газет, радио и телевидения):

- социальные медиа построены на базе взаимодействия людей, которое включает обсуждение и преобразование информации, а также формирование общественного мнения;¹⁴
- сервисы социальных медиа могут быть охарактеризованы, прежде всего, скоростью, доступностью, лёгкостью передачи и преобразования информации;¹⁵
- акторы, принимающие информацию, могут комментировать её и, в отдельных случаях, редактировать;
- в интернет-сообществе социальные медиа представлены преимущественно в виде особого рода коллективных источников информации, которые формируются

¹² Веб 2.0 (определение Тима О'Райли) — методика проектирования систем, которые путём учёта сетевых взаимодействий совершенствуются при росте пользователей. Особенностью Веб 2.0 является принцип привлечения пользователей к наполнению и многократной выверке информационного материала.

¹³ Будолак, М. С. Понятие «Социальные медиа» / М. С. Будолак // Петербургская школа PR: от теории к практике. - 2009. № 7. – С. 18.

¹⁴ Weinberg, T. Social Media Strategy from A to Z / T. Weinberg URL: <http://www.techipedia.com/2010/social-media-strategy-a-z/> (дата обращения: 13.12.2018).

¹⁵ Shannon, P. How To Develop a Social Media Strategy: A Roadmap for Integration / P. Shannon URL: <http://www.draganvaragic.com/en/social-media-strategy-templates-recommendations/> (дата обращения: 13.12.2018).

самими пользователями. Это могут быть форумы, блоги, видео-хостинги и др.;¹⁶

- содержание социальных медиа может принимать различные формы: изображения, текст, видео, аудио, а также их сочетание.¹⁷

В сфере бизнеса для успешного развития было сформировано несколько процессов в социальных медиа. Оптимизация для социальных медиа (SMO) представляет собой процесс, в ходе которого компании стремятся распространить информацию по как можно большему количеству каналов, преобразуя при этом носитель информации. Маркетинг в социальных медиа (SMM) это методы работы непосредственно с определенной информацией, формирование уникального контента и его последующее распространение.

Показательно, что к похожим методам прибегают государственные структуры и политические деятели, как регионального, так и федерального уровня. Например, муниципальные депутаты Москвы для борьбы с коррупцией избрали путь публичности и, стремясь добиться максимальной открытости принимаемых районным собранием решений, приглашают на заседания собраний журналистов, выкладывают фотографии и документы в интернет, ведут трансляции собраний в Twitter. Таким образом, они хотят разделить контроль с общественностью.¹⁸

Примером маркетинг в социальных сетях на федеральном уровне служит президентская кампания Дональда Трампа. Цифровой директор кампании Брэд Парскаль утверждает, что Дональду Трампу удалось одержать победу на выборах благодаря таргетированной рекламе в Facebook. «Twitter — это то, как Трамп разговаривал с людьми, а Facebook — это то, как он победил», — рассказывает Парскаль. Медиадиректор говорит, что он израсходовал большую часть своего бюджета на цифровую рекламу и объясняет, насколько эффективной она может быть, особенно при проведении голосования в сельской местности. «Сейчас Facebook позволяет достигать до 15 человек из Флориды Панхендл (Florida Panhandle), для которых я бы никогда не смог купить дорогостоящую телевизионную рекламу», — поясняет Парскаль.¹⁹ Вовлеченность пользователей социальных сетей была очень высокой, кампания Трампа выигрывала не только в

¹⁶ Дзялошинский, И. М. СМИ и общественные институты: перспективы взаимодействия / Дзялошинский, И. М. URL: www.mediascope.ru/node/223 (дата обращения: 03.11.2018).

¹⁷ Moore, CT 5 Reasons Why Social Media Failed You / CT Moore URL: <http://www.revenews.com/ctmoore/5-reason-why-social-media-failed-you/> (дата обращения: 26.09.2018).

¹⁸ Волков, Д. Протестное движение в России в конце 2011-2012 гг. / Волков, Д. URL: www.levada.ru/books/protestnoe-dvizhenie-v-rossii-v-kontse-2011-2012-gg (дата обращения: 14.12.2018).

¹⁹ CBS Interactive Inc How Facebook ads helped elect Trump / CBS Interactive Inc URL: <https://www.cbsnews.com/news/how-facebook-ads-helped-elect-trump/> (дата обращения: 30.01.2019).

количественных показателях, но и в качественных. Например, страница Трампа в Facebook²⁰ имела больше подписчиков (25 362 318 человек) по сравнению с аккаунтом Хиллари Клинтон²¹ (9 588 348 человек), и также лидировала по количеству лайков, комментариев и репостов.

Социальные медиа представляют собой уникальную платформу для формирования долговременных доверительных отношений с подписчиками либо с потенциальными подписчиками на социальных сайтах и сервисах, где они привыкли проводить время.²² Маркетологи прогнозируют, что в будущем они приобретут еще большее значение для успешного ведения и продвижения в течение последующих лет.

Социальные сети классифицируют по нескольким признакам. Существуют сети для поиска людей: однокурсников, одноклассников, коллег и групп по интересам. Есть коммерческие сети, для поиска партнёров, работы, а также профессионального общения и иных деловых контактов. Некоторые платформы основаны на видео, некоторые на аудио или конкретно на музыке, а отдельные на фото.

Можно выделить следующие виды социальных медиа:²³

1. Социальные сети для общения / Relationship networks
 - Сети персональных контактов (Facebook, ВКонтакте, Одноклассники и др.)
 - Профессиональные сети (LinkedIn, Xing, Tsu и др.)
 - Сайты знакомств (Tinder, Loveplanet, Mamba и др.)
2. Социальные сети для обмена медиа-контентом / Media sharing networks (Flickr, Instagram, YouTube, Vimeo, Vine, Snapchat и др.)
3. Социальные сети для отзывов и обзоров / Online reviews (Foursquare, Yelp, TripAdvisor, Яндекс Маркет и др.)
4. Социальные сети для коллективных обсуждений / Discussion forums (Quora, Ответы Mail.ru, Reddit и др.)
5. Социальные сети для авторских записей / Social publishing platforms (Livejournal, Blogger, Twitter и др.)

²⁰ Аккаунт Дональда Трампа в Facebook / URL: <https://www.facebook.com/DonaldTrump/> (дата обращения: 05.04.2019).

²¹ Аккаунт Хиллари Клинтон в Facebook / URL: <https://www.facebook.com/hillaryclinton/> (дата обращения: 05.04.2019).

²² Anderson, T. The 3 Types of Social Media Strategy / T. Anderson URL: <https://www.socialmediatoday.com/content/3-types-social-media-strategy> (дата обращения: 27.09.2018).

²³ Виды социальных сетей: классификация и представители / URL: <https://darksiteofmarketing.com/stati/vidy-socialnyh-setei-klassifikacija-i-predstaviteli.html> (дата обращения: 21.04.2018).

6. Сервисы социальных закладок / Bookmarking sites (Pinterest, Flipboard, Diigo и др.)

7. Социальные сети по интересам / Interest-based networks (Goodreads, Tagged, IMDb и др.)

Согласно данным опроса Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) о том, какова доля интернет-пользователей в России, и для чего наши сограждане чаще всего заходят в глобальную сеть. В 2018 году 81% граждан использует интернет в России, в том числе 65% выходят в сеть ежедневно. Среди россиян от 18 до 24 лет этот показатель составляет 97%.

Прежде всего, наши сограждане пользуются интернетом по работе и учебе – 44%. Еще 35% пользователей благодаря интернету всегда могут быть в курсе последних новостей о событиях в стране и мире, блоги выступают источником новостей для россиян.²⁴ Данные факты характеризует весьма высокий уровень доверия к информации, которая представлена в социальных медиа.

Сравнивая структуру социальных медиа США и России, стоит упомянуть, что 10 миллионов страниц в интернете, то есть 54%, составлены на английском языке. На втором месте, правда, с огромным отрывом русский язык — 6,1% онлайн-контента.²⁵ Несмотря на разный уровень проникновения сети интернет на территориях этих стран статистические данные очень близки, что видно в Приложение 1. За 2018 год в сети интернет появилось более 366 миллионов новых пользователей. Интересно, что США занимает третье место в глобальном рейтинге по росту интернет-аудитории несмотря на то, что уровень проникновения интернета здесь в 2018 году уже составлял 88%, то есть интернет-аудитория выросла еще почти на 8%. В общей сложности в США более 310 миллионов человек используют интернет сегодня, а уровень проникновения интернета достиг 95%. В России значения с прошлого года практически не изменились, сейчас насчитывается чуть меньше 110 миллионов интернет-пользователей, это значит, что уровень проникновения интернета находится на отметке 76%. Развитие технологий приводит к изменению привычных точек доступа, на мобильные телефоны в 2019 году приходится почти половина времени, которое

²⁴ Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) 17.09.2018 провел опрос, о том "Пользуетесь ли Вы интернетом, и если да, то, как часто?" / ВЦИОМ URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9322> (дата обращения: 08.02.2018).

²⁵ Сергеева, Ю. Интернет 2017–2018 в мире и в России: статистика и тренды / Сергеева, Ю. URL: <https://www.web-canape.ru/business/internet-2017-2018-v-mire-i-v-rossii-statistika-i-trendy/> (дата обращения: 07.03.2019).

люди проводят в сети. В среднем в мире люди находятся онлайн в течение 6 часов 42 минут каждый день. Это немного меньше, чем в прошлом году, однако, есть подозрение, что снижение может быть связано с большим приростом новых пользователей, которые все еще учатся пользоваться интернетом. Россияне проводят в сети 6 часов 29 минут, это на 2 минуты больше прошлогоднего значения, но на 13 минут меньше, чем в среднем в мире. На начало 2019 года количество пользователей социальных сетей во всем мире достигло почти 3,5 миллиардов, вследствие чего уровень проникновения достиг 45%. Несмотря на последние скандалы, связанные с платформой, Facebook остается на первой строчке рейтинга самых популярных социальных сетей. Согласно исследованиям О. Крыштановской среди пользователей политических элит безо всякой конкуренции лидирует Twitter, на втором месте идет Facebook.²⁶ Не только президент США Дональд Трамп отдает предпочтения Twitter (предлагая варианты борьбы с огнем в Нотр-Дам). Социальные сети способны сразу организовать диалог между пользователями по национальным и международным вопросам, поэтому, политические лидеры, государственные учреждения и общественные организации используют аккаунты, чтобы поддерживать прямую связь, когда необходимо донести сообщение. Так, например, Джим Уотсон, мэр Оттавы, ввел режим чрезвычайной ситуации, объявив об этом в Twitter: «С целью защиты собственности и здоровья, безопасности и благополучия жителей города, я как мэр города Оттава объявляю чрезвычайную ситуацию в городе».²⁷

В эру новых информационных технологий внимание официальных представителей государственных структур к интернету стало триггером для активного развития законодательной базы, а также разработке целого ряда концепций и стратегий государства по управлению интернетом. Законодательство в данной сфере в России традиционно являлось реакцией на очередной виток развития интернета, однако начиная с 2012–2013 годов, напротив, стремится работать на опережение. Многие законодательные акты в России направлены не столько на технологическую часть интернета, сколько на содержательную. Отдельные законы подвергались критике и были обвинены некоторыми представителями общественности в притеснении свобод в интернете. Однако, в последние

²⁶ Крыштановская, О. Цифровая социология и изучение элиты в России / Крыштановская, О. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=1423#sten> (дата обращения: 08.02.2018).

²⁷ РИА Новости Погода в Оттаве: В столице Канады ввели режим ЧС из-за ожидаемых сильных дождей / РИА Новости URL: https://news.rambler.ru/weather/42099270/?utm_content=rnews&utm_medium=read_more&utm_source=copylink (дата обращения: 01.05.2019).

несколько лет Рунет стал более упорядоченным, при этом законы, разработанные в РФ, стали основной для некоторых аналогичных законодательных инициатив в других странах. В США также широко применяются законы, относительно интернет-безопасности. В Соединенных Штатах, где, как принято считать, степень свободы блогосферы является одной из самых высоких, в сентябре 2013 года юридическим комитетом Сената был одобрен проект закона «О свободном потоке информации». Он призван защитить профессиональных журналистов и дать им возможность не раскрывать свои анонимные источники информации по требованию государственных органов. Тем не менее, в США, в отличие от России, полностью отсутствует прописанная процедура блокировки сайтов или доменов, за исключением сайтов с пиратским контентом. В 2006 году в США был принят федеральный закон, согласно которому анонимная рассылка «раздражающих» сообщений по электронной почте или публикация анонимных комментариев «оскорбительно-раздражающего» содержания в социальных сетях и блогах является преступлением и карается уголовным преследованием.²⁸

Таким образом, становится очевидным уровень проникновения социальных медиа в повседневную жизнь не только активных пользователей сети интернет, но и их окружения. Интернет обладает важными преимуществами перед традиционными СМИ и средствами коммуникации: свободой и анонимностью общения, и общедоступностью информации, поступающей из всего мирового информационного пространства. Новые технологии внесли свои изменения в формы и методы работы государственного сектора, особенно в период избирательных кампаний, в результате чего в последние годы изменилась природа и характер функционирования политического информационно-коммуникационного пространства, что в практическом отношении означает освоение новых эффективных механизмов коммуникации официальной власти с институтами гражданского общества. Это лишний раз подчеркивает объективную необходимость исследования проблем воздействия интернет-коммуникаций на массовое сознание и активизацию протестного поведения молодежи в современном обществе, чему и посвящен второй параграф главы.

²⁸ Агейчев, А. С. Законодательство в сфере интернет-коммуникаций: Российский и международный опыт / А. С. Агейчев // COMPARATIVE POLITICS. - 2016. № 2 (23). – С. 73.

1.2 Влияние социальных медиа на формирование общественного мнения

Общественное мнение – это форма массового сознания, отражающая интересы, настроения, чувства различных групп людей к фактам и явлениям общественной жизни. Субъект общественного мнения – различные общности, в рамках которых формируется и выражается общенародное мнение. Объектом общественного мнения являются события, явления и процессы, то есть то, по поводу чего складывается общественное мнение. Можно выделить следующие этапы его формирования:²⁹

- получение и оценка информации;
- формирование, путем обмена индивидуально-групповыми точками зрения;
- выражение в вербальной форме;
- выражение в поведенческой форме.

Основные функции общественного мнения – информационная и регулятивная. Наряду с ними реализуются дополнительные функции – контрольная, консультативная, директивная и оценочная.

Изучение новых информационных и коммуникационных технологий в последние годы является одной из преобладающих тем в западной и отечественной науке, социальные медиа, такие как YouTube, Twitter, Facebook или ВКонтакте, подвергаются пристальному вниманию исследователей. Отмечается, что они «помимо выполнения функций поддержки общения, обмена мнениями и получения информации их членами... становятся объектами и средствами информационного управления, аренной информационного противоборства».³⁰

Тотальное проникновение социальных сетей в жизнь общества, постепенно оказывающихся в самых будничных социальных структурах и отношениях, привело к трансформации характера коммуникации в целом.³¹ В. В. Путин в программной статье «Россия и меняющийся мир»³² указывал, что интернет и социальные сети являются эффективным инструментом политики, а общественное мнение формируется во многом

²⁹ Абцешко, Н. В. Тимошевич, Е. В. Влияние СМИ на общественное мнение / Абцешко, Н. В. Тимошевич, Е. В. URL: <http://mic.org.ru/18-nomer-2016/580-vliyanie-smi-na-obshchestvennoe-mnenie> (дата обращения: 03.11.2018).

³⁰ Волков, Д. А. Протестные митинги в России конца 2011 — начала 2012 гг.: запрос на демократизацию политических институтов / Д. А. Волков // Вестник общественного мнения. - 2012. № 2. – С. 75.

³¹ Miller, D. The Internet: an ethnographic approach / D. Miller, D. Slater - Oxford: Berg Publishers, 2001. – pp. 15

³² Путин, В. В. Россия в меняющемся мире: преемственность приоритетов и новые возможности / Путин, В. В. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/rossiya-v-menyayushchemsya-mire-preemstvennost-prioritetov-i-novye-vozmozhnosti> (дата обращения: 19.03.2019).

благодаря использованию продвинутых информационных и коммуникационных технологий.

М. Кастельс, анализируя массовые протестные акции в разных странах, их культурное многообразие и политическую силу, пришёл к следующим выводам, что основной причиной мобилизации значительной части протестующих явились именно социальные сети и мобильные средства связи, которые создали пространство автономии для свободного обмена информацией и совместного переживания чувств возмущения и надежды. Социальные сети выступили инструментом поддержания нового типа политического участия, которое основано на горизонтальных связях, политической автономии, неформальных лидерах и спонтанной солидарности.³³

В эпоху медиационной демократии навыки работы со СМИ необходимы для работы партийного лидера, а медиа-менеджмент становится главной особенностью проведения политической кампании партии. Зная важность влияния масс-медиа на электорат, заинтересованные круги определяют, что станет главной новостью дня и будет освещаться на просторах интернета. Традиционные СМИ и социальные медиа, определенным образом подавая новости, имеют возможность воздействовать на аудиторию. Посредством выработки и трансляции определенных образов и смыслов, идеологических установок формируется определенная политическая картина мира. Такая медиатизация усиливает процесс перехода политических представлений и смыслов в области реальной политической практики в сферу виртуальной. Именно виртуальная реальность становится для большинства граждан основным источником получения информации и знаний в политической сфере.

Ю. Хабермас указывал, что в XX в. под влиянием науки и техники происходит инструментализация и «онаучивание» политики, что приводит к угрозе безграничной власти технократического сознания над ходом общественного развития. Электронные СМИ, обеспечивая возможность интеракции, ликвидируя барьеры в коммуникации, создают условия для публичной, неограниченной и свободной дискуссии о приемлемости и желательности основоположений и норм на всех уровнях политического процесса, в котором только и возможна «рационализация».³⁴

СМИ способны конструировать реальность, подавая информацию. Подбор фактов,

³³ Castells, M. *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet* / M. Castells - Cambridge: Polity, 2012. – pp. 20

³⁴ Хабермас, Ю. *Техника и наука как «идеология»* / Хабермас, Ю. - М.: Праксис, 2007, с. 111

блокирование нежелательной информации и оценочных суждений, соответствующие комментарии создают определенную картину и до аудитории доносится только та «реальность», информация о которой прошла через СМИ. Расширение свободы информационного выбора, оказывается, иллюзией. Хотя и имеется значительный выбор каналов и форм подачи информации, однако уровень информированности общества в целом снижается, а оценка событий осуществляется на основе стереотипов. Формирование стереотипов и создание определенного впечатления или отношения к тому или иному факту, событию И. Панарин справедливо относит к технологии манипулирования сознанием.³⁵ Так политические стереотипы формируются в мышлении людей, когда СМИ прибегают к практике «навешивания ярлыков» и персонализации. В результате борьба за власть в современную эпоху ведется не на поле реальных политических дел, а в средствах массовой информации. Предвыборные кампании часто сопровождаются приемами информационной войны, но их использование ведет к дезинформации масс, снижению информационной критичности общества, потере интереса к политике и общественной дезинтеграции.

Средства массовой информации с целью воздействия на общество, избирательно относятся к фактам, упрощают или выбирают те примеры, которые подтверждают заданный тезис. К таким техникам относятся задержка подачи информации, перенос внимания с одной ситуации на другую, более соответствующую интересам манипулятора. Владельцы СМИ определяют приоритетность и привлекательность тем для обсуждения. Средствами, которые позволяют привлечь внимание, часто избираются: неординарность фактов или подборка сенсационной информации. Таким образом, СМИ способно корректировать, регламентировать и проектировать массовое сознание и влиять на психику людей.

Интеграция общества ведет к «упрощению политики», о чем заговорили еще в 1990е годы. Используя этот термин для описания того, как СМИ подают политические новости: освещают политику, как популярную культуру, предпочитая зрелищность, и подвергают ее персонализации, а также то, как на это реагирует политическая коммуникация.³⁶

Государства во все времена использовали масс-медиа для усиления своей власти, на что обратил внимание Э. Тоффлер. «Государство – любое государство – занято тем, чтобы быть у власти. Чего бы ни стоила экономика для остальных людей, оно будет искать пути

³⁵ Панарин, И. Н. Технология информационной войны / Панарин, И. Н. - М.: «КСИП+», 2003, с. 234

³⁶ Хабермас, Ю. Техника и наука как «идеология» / Хабермас, Ю. - М.: Праксис, 2007, с. 118

к обузданию последних революционных перемен в области коммуникаций, желая использовать их в своих целях, и оно будет создавать преграды свободному течению информации».³⁷ Сложно применить его высказывание ко всем государствам и их медиаполитике. В демократических обществах граждане, представители различных групп могут выражать свои интересы в зависимости от уровня развития институтов гражданского общества. Технологическая революция превратила электронную и печатную прессу в институт, охватывающий своим влиянием все общество. Сочетание этого института с демократическими структурами позволяет проводить политику гласности и тем самым удовлетворять запросы граждан, вступающих в диалог с властью. Обеспечить проведение объективного дискурса в СМИ помогает формат интерактивных коммуникаций.

Доступ граждан к политической сфере в информационном обществе обеспечивается, прежде всего медиадискурсом, который позволяет, во-первых, наладить информирование правительства и политических партий о существующих в обществе проблемах и противоречиях; во-вторых, осуществлять информирование общества о решениях правительства и партийных институтов; в-третьих, политический медиадискурс становится инструментом, позволяющим организовать информационные соревнования между конкурирующими интерпретациями событий в средствах массовой информации. В результате усиления идеологического влияния и роли СМИ в обеспечении политического медиадискурса между властными политическими институтами и обществом, в налаживании обмена идеями между различными политическими субъектами и институтами формируется особый тип демократии.

Если раньше было достаточно трудно стать субъектом на рынке масс-медиа, создать радиостанцию или независимую телевизионную станцию (это зависело от политических и законодательных решений, а не только от экономических возможностей), то сейчас сети коммуникации, использующие интернет, достаточно быстро становятся распространенной интерактивной реальностью. Современные медиа способствуют свободному объединению граждан в группы на основе общих интересов, люди могут быстро присоединиться к ним или оставить их. «Каждая такая группа является своеобразным сочетанием принципов принадлежности и подвижности. Многие из этих групп являются своего рода культурами протеста, горизонтальным продолжением сетей гражданского общества, находясь как внутри, так и за пределами национальных государств»,³⁸ – констатирует Дж. Урри.

³⁷ Тоффлер, Э. Метаморфозы власти / Тоффлер, Э. - М.: ООО «Издательство АСТ», 2003, с. 115

³⁸ Urry, J. *Sociology Beyond Societies: Mobilities for the Twenty-first Century* / J. Urry - N. Y.: Routledge, 2012. – pp. 142

Средства массовой коммуникации располагают широкими возможностями для манипулирования сознанием пользователей, удешевление средств воздействия и возможность проведения «массовой атаки» приводит к информационной перегруженности восприятия отдельного индивида, что в конечном итоге снижает восприятие информации и эффективность воздействия.

Информационное воздействие в интернете не всегда достигает своей цели. Конечный пользователь может не замечать необходимые данные в общем информационном потоке либо сознательно отфильтровывает: отключает рекламные баннеры в браузере своего компьютера, активизирует программы SMS-фильтра рекламных посланий и пролистывает страницы с информацией рекламного характера.

В связи с этим, медиа-технологии выбирают тактику не столько активности и навязчивости, что скорее вызовет неприязнь у пользователей, сколько стараются быть деликатнее и креативнее, чтобы обойти преграды невосприимчивости, либо сознательного отторжения у человека.³⁹ Учитывая информационную «перегруженность» современного общества, к выбору оптимальной медиа-технологии необходимо подходить взвешено и обосновано, чтобы обеспечить активное восприятие индивидом передаваемой информации.

Социальные сети и блоггерство в последние годы приобрели значительное влияние, чем пользуются компании по всему миру как для рекламирования своей деятельности, так и для формирования лояльности со стороны потребителей. Более того, блоги активно используют не только коммерческие структуры, но и политические деятели, некоммерческие и религиозные организации. По оценкам зарубежных исследовательских групп, пользователи сети интернет все в большей степени ориентируются на отзывы и мнения других людей, размещаемые на личных страничках и в блогах.⁴⁰ Соответственно, последней тенденцией стал перенос значительной доли маркетингового бюджета из области прямой интернет-рекламы в создание и развитие сети персонализированных аккаунтов на наиболее популярных платформах.

Также большое распространение получили так называемые «черные» интернет-технологии: в том числе сайты-двойники, сайты с компроматом, а также распространение

³⁹ Варганова, Е. Л. Чем управляют менеджеры СМИ? О природе современного медиаменеджмента / Варганова, Е. Л. URL: <http://www.mediascope.ru/чем-управляют-менеджеры-сми-о-природе-современного-медиаменеджмента> (дата обращения: 03.11.2018).

⁴⁰ Брекенридж, Д PR 2.0: новые медиа, новые аудитории, новые инструменты / Брекенридж, Д. - М.: Эксмо, 2010, с. 54

слухов посредством интернет-конференций, форумов и чатов.⁴¹ Технологии вирусного маркетинга позволяют пользователям свободно распространять информацию. В ряде случаев компании-инициаторы вирусного маркетинга делают всё, чтобы скрыть собственное авторство или, по крайней мере, сделать его недоказуемым в суде. Речь идёт о так называемом «чёрном пиаре» или распространении неэтичных и незаконных материалов.⁴²

Проблема влияния средств массовых коммуникаций на общество остается актуальной на протяжении нескольких десятилетий, на данный момент лидирующим каналом коммуникации выступает интернет, в частности, социальные медиа. Социальные сети могут оказывать влияние на формирование общественного мнения не только на пользователей сети интернет, но и на людей, которые ранее не были зарегистрированы. В России достаточно большой процент проникновения интернета среди населения, что позволяет мнению и поведению пользователей оказывать влияние на других членов общества. В качестве примера можно привести протестную активность 2011 года в России, связанную с выборами депутатов Государственной Думы. За сутки социальные сети превратились в площадки для обсуждения проблем и путей их решения, именно они стали инструментом организации и управления митингов. Вслед за пользователями социальных медиа произошла мобилизация и остальной части населения. Во второй главе более подробно рассмотрен вопрос организации протестных движений в эпоху информационного общества.

⁴¹ Быков, И. А. Интернет-технологии в связях с общественностью / Быков, И. А. URL: http://bykov.socionet.ru/public/Bykov_InternetTechPR.html (дата обращения: 23.04.2018).

⁴² Быков, И. А. Копилефт и технологии вирусного маркетинга в интернете / Быков, И. А. URL: http://bykov.socionet.ru/public/Bykov_CopyLeft_2009.html (дата обращения: 23.04.2018).

Глава 2. Протестные движения

2.1 Основные теоретико-методологические подходы к изучению протестной деятельности

Общество, являясь базовым элементом политической системы, выдвигает к государственному управлению определенные требования, и в зависимости от социально-политической и экономической конъюнктуры имеет конкретный уровень ожиданий. Соответствие реалий этим ожиданиям и определяет уровень протестного потенциала общества. В современной политической науке устоявшихся традиций исследования феномена политического протеста до сих пор нет. Но говорить о полном отсутствии наработок тоже не стоит. Западные политические и социологические науки произвели несколько теоретических подходов к объяснению явления политического протеста, его причин и возможностей влиять на реальный политический процесс.

Исследование протестной деятельности в науке насчитывает не одно десятилетие. Тем не менее, особое внимание данной сфере стали уделять лишь во второй половине XX века в рамках социально-психологических теорий и теорий общественных движений.

Среди основных теорий, которые анализируют протестную деятельность – теория коллективного поведения, теория относительной депривации, теория новых общественных движений и теория мобилизации ресурсов.

То, что чаще всего выделяют как теорию коллективного поведения, на самом деле является большим количеством самых разнообразных теорий, которые окончательно сформировались в середине 60-х годов XX века. Единственным общим для них выступает предположение о существовании определенного институционального порядка. Социальный протест, который на самом деле является лишь одним из типов коллективного поведения, является фактором, который приводит к ломке этого порядка и противодействия установленным общепринятым законам.

Среди основных представителей – Г. Лебон (теория заражения), Г. Олпорт (теория конвергенции), Р. Тернер (теория появления норм), Дж. Скул (теория политического протеста), Н. Смелзер (теория конфликта) и другие.⁴³

⁴³ Лебон, Г. Психология народов и масс / Лебон, Г. - М.: Академический проект, 2015. – 239 с.

Олпорт, Г. Становление личности: Избранные труды / Олпорт, Г. - М.: Смысл, 2002. – 462 с.

Turner, R. H. Self and other in moral judgment / R. H. Turner // American Sociological Review. - 1954. № 3. –P. 249-259.

Смелзер, Н. Социология (учебник) / Смелзер, Н. - М.: Феникс, 1994. — 688 с.

Поскольку в рамках этой теории общественные движения часто рассматривались параллельно с понятием «толпа» и «публика», то и протестная деятельность анализировалась с позиций собраний большого количества иррациональных индивидов (девиантов).⁴⁴

С развитием различных общественных движений и объединений, меняется и оценка научными кругами их деятельности. И уже Нейл Смелзер анализирует коллективное поведение как попытку изменить социальную среду, акцентируя внимание на этапах коллективного поведения (в данном случае – протестной деятельности), ее причинах и последствиях.⁴⁵

Так постепенно исследовательский интерес сдвигается от протекания и разрушительных последствий протестов к их причинной обусловленности.

Именно поэтому в 70-е годы XX века параллельно с ростом общественной активности на Западе формируется новый подход к изучению протестов, получивший название теории социальной депривации. Сам этот термин введен в оборот Самюэлем Стоуффером, впрочем, он сосредоточил свое внимание исключительно на исследовании социальных ролей и их конфликтов с социальными нормами.⁴⁶

Окончательную разработку этот подход получил уже в работах Теда Роберта Гарра, а именно в его книге «Почему люди бунтуют», где он дает определение относительной депривации, как «воспринимаемые индивидами разногласия между ценностными экспектациями и ценностными возможностями. Где ценностные экспектации – это те блага и условия жизни, на которые люди, согласно их убеждениям, имеют полное право претендовать, а ценностные возможности – это те блага и условия жизни, которых, как им кажется, они способны реально достичь или удержать, используя доступные им социальные средства».⁴⁷

Согласно Гарру для того, чтобы понять протест и бунт, следует проанализировать три общих фактора:

- недовольство людей (относительной депривации) вместе с анализом социетальных условий, его порождающих;

⁴⁴ Здравомыслова, Е. А. Социологические подходы к анализу общественных движений / Е. А. Здравомыслова // Социологические исследования. - 1990. №7. – С. 90.

⁴⁵ Смелзер, Н. Социология (учебник) / Смелзер, Н. - М.: Феникс, 1994, с. 74

⁴⁶ Stouffer, S. An Analysis of Conflicting Social Norms / S. Stouffer // American Sociological Review. - 1949. № 14. – P. 707-709.

⁴⁷ Гарр, Т. Р. Почему люди бунтуют / Гарр, Т. Р. - СПб: Питер, 2015, с. 355

- убеждение людей в том, что оправдан риск, которому они себя подвергают, осуществляя политические акции;
- баланс между возможностью недовольных людей действовать (способом их организации) и возможностью правительства подавить или минимизировать гнев.

Впрочем, несмотря на внимание Гарра к социетальным условиям, в центре его анализа конфликтов находятся именно люди со всеми их разнообразными идентичностями, желаниями и убеждениями. Этот его уклон к социально-психологической теории чаще всего подвергался критике и стал одной из причин постепенного отхода от анализа протестов с позиции анализа уровня общественного недовольства. Однако, следует подчеркнуть весомый вклад Теда Гарра в исследования протестной деятельности.

Другой подход к изучению протестов связан с именем Алена Турена и становится следствием распространения в социологической теории идей постмодернизма, нового информационного общества и изменения ценностных ориентаций в направлении постматериализма.

В этих условиях известный французский социолог, становясь на позицию критики классической социологии, настаивает на необходимости трансформации данной науки.

В рамках своей теории Турен пытается заменить понимание общественной жизни, основанной на понятиях общества, эволюции и роли, другим, связанным с понятием историчности, общественного движения и субъекта.⁴⁸

Особым вкладом Турена в понимание протестов является его акцент на типе общества, в котором протест имеет место. Отрицая эволюционизм, автор все же соглашается с выделением основных этапов развития общества: торговый, промышленный и постиндустриальный этапы. Спецификой последнего является более высокая степень мобилизации, и как считает Турен: «программируемое общество является обязательно обществом протеста, представления и утопии, поскольку полностью основано на социальном конфликте».⁴⁹

Предложенный Туреном метод социологической интервенции (что предполагает вмешательство социолога в созданной экспериментальной ситуации и концентрацию

⁴⁸ Турен, А. Возвращение человека действующего. Очерк социологии / Турен, А. – М.: Научный мир, 1998, с. 23-29

⁴⁹ Турен, А. Возвращение человека действующего. Очерк социологии / Турен, А. – М.: Научный мир, 1998, с. 144

внимания на реакциях и самоанализе действующих субъектов)⁵⁰ не получил широкого распространения в социологических кругах.

В 1970-е годы, параллельно вышеуказанными теориями, получает развитие новый теоретический подход к исследованию общественных движений и их протестной деятельности, получивший название теории мобилизации ресурсов.

Первым толчком к ее формированию становится теория рационального действия Менкура Олсона и его тезис об исключительно рациональной направленности действий всех участников любого коллективного действия, а отсюда – и об исключительной роли организаций в выдвижении и достижении определенных коллективных целей и благ. Олсон один из первых обосновывает идею, что наличие общих интересов объединяет людей в группы, и именно эти группы / организации становятся основой для сплоченной протестной деятельности.⁵¹

Именно такой подход и становится определенным толчком для теоретиков мобилизации ресурсов, которые все больше опираются на достижения политической социологии и экономической теории, чем на социальную психологию коллективного поведения.

В то время, как первые две теории не уделяли особого внимания структурным факторам протеста, делая акцент на депривации или на макро социологических уровнях анализа конфликтов, то теория мобилизации ресурсов утверждает, что в любом обществе есть достаточное количество недовольства, чтобы стать опорой для создания движения если оно правильно организовано. Более того, недовольство и беспокойство могут быть определены, созданы и использованы заинтересованными в этом организациями.⁵²

Уже в 1977 году одни из самых известных разработчиков экономического направления данной теории Джон МакКарти и Мейер Залд перечисляют основные акценты теории мобилизации ресурсов:

- исследование накопления ресурсов (денежных и трудовых) имеет решающее значение для понимания деятельности общественных движений;
- накопление ресурсов требует хотя бы минимальной формы организации – поэтому

⁵⁰ Турен, А. Возвращение человека действующего. Очерк социологии / Турен, А. – М.: Научный мир, 1998, с. 165

⁵¹ Олсон, М. Логика коллективного действия: общественные блага и теория групп / Олсон, М. - М.: Фонд Экономической Инициативы, 1995, с. 25

⁵² McCarthy, J. Resource Mobilization and Social Movements / J. McCarthy, M. Zald. // American Journal of Sociology. – 1977. № 6. – P. 1229.

фокус на организациях общественных движений;

- важность участия со стороны отдельных лиц и организаций, не входящих в коллектив, представляющих общественное движение;
- чувствительность к важности расходов и выгоды в объяснении индивидуального и организационного участия в действиях общественных движений.

Поскольку исследования, на которые опираются авторы, доказали значимость для общественных движений их организованности, то именно они отныне попадают в центр внимания исследователей. Кроме этого, сторонники этого подхода объясняют протестную деятельность с помощью экономических факторов.

Другая версия теории мобилизации ресурсов – теория политического процесса. Вопреки экономическому направлению большее внимание уделяется исследованию условий и протеканию политической борьбы. Ее разработка связана с именами Чарльза Тилли и Дуга МакАдама.

Конечно, исследователи, разрабатывающие это направления, не отказываются совсем от важности экономических факторов для анализа протестной деятельности. Так, например, в своих статьях МакАдам неоднократно обращается к исследованию субъективного восприятия выгоды и рисков от участия в деятельности общественных движений.⁵³ Впрочем, решающая роль отводится исследованию структуры политических возможностей. Причинно-следственная связь указывает на первостепенную роль именно изменения структуры политических возможностей относительно экономических факторов.

Анализируя вклад теоретиков мобилизации ресурсов, можно сделать вывод, что они очертили основные теоретические позиции, по которым до сих пор происходит анализ общественных движений, коллективных действий и, собственно, протестов. Отказавшись от социально-психологического уклона и сконцентрировав внимание на экономических, политических возможностях и структурных условиях возникновения конфликтов, они подготовили почву для дальнейших методологических поисков и исследований – как качественного исторического исследования революций, так и количественных методов, в том числе, построения протестных каталогов.⁵⁴

Особое значение для изучения протестной деятельности имеет наработки Чарльза

⁵³ McAdam, D. The Biographical Consequences of Activism / D. McAdam // American Sociological Review. - 1989. №5. – P. 750.

⁵⁴ Протестный каталог – это справочник, содержащий перечень протестов, расположенных в хронологическом порядке, с основной информацией о них.

Тилли, который не только разработал концепцию протестных репертуаров, но и указал на необходимость фокусировать внимание исследователя не на «одиноких протестах», а на изучении взаимодействующих пар-соперников – рабочего и капиталиста, сельскохозяйственных рабочих и владельцев ферм и, собственно, общественных движений и государства.

Как уже было отмечено, теория мобилизации ресурсов на данный момент стала основной теоретической опорой для дальнейших исследований в области протестов, но она не дает исчерпывающего объяснения механизмов, особенностей и основных форм протестной деятельности.

С развитием медиа, а впоследствии – и сети интернет, происходит пересмотр основных организационных и индивидуальных ресурсов, необходимых для осуществления коллективных действий. События арабской весны стали толчком для анализа концептов рекрутирования и мобилизации. Виртуальное пространство социальных сетей открыло огромную и постоянно обновляемую базу данных. Протестный репертуар претерпел серьезные изменения.

Именно поэтому стоит обратить внимание на основные направления последних исследований протестов. Просматривая основные положения своей книги «Стратегия социального протеста» 1975 года, один из известных теоретиков мобилизации ресурсов Уильям Гемсон делает вывод, что, изучив опыт оппозиционных групп в американском обществе с 1800 до 1945 года, оставил без внимания исследование влияния медиа. Именно поэтому в своей статье он задается вопросом: «Можно ли считать это исследование все еще актуальным? А если нет, то какие изменения произошли в американском обществе начиная с 1945 года?». ⁵⁵ Обходя первый из этих вопросов, он указывает на два важных изменения: подъем национальной безопасности государства и захват центральной роли масс-медиа.

И если в «Стратегии» он позволил себе ни разу не использовать слово «телевидение», то сегодня медиа не может остаться без внимания исследователя, поскольку последнее кардинально меняет сферу конфликта, увеличивая роль аудитории и вмешательства потенциальных третьих лиц, действующих в качестве союзников, оппонентов, или брокеров.

С этой позиции возникают новые гипотезы, связанные с завоеванием поддержки СМИ, выбором ненасильственных форм протестов и получением значимости как в глазах

⁵⁵ Gamson, W. Reflections on «The Strategy of Social Protest» / W. Gamson // Sociological Forum. - 1989. №3. – P. 460.

журналистов, так и с точки зрения медиа-потребителей. Уже в 2000-х годах от исследования влияния медиа ученые переходят к исследованию влияния интернета.

Так, например, Донателла Делла Порты и Лоренцо Моска систематизируют влияние интернета на развитие и деятельность общественных движений и выводят четыре основных направления, в которых интернет предоставляет новые возможности:

- интернет расширяет инструментальные возможности (предоставляя дополнительные ресурсы определенным актерам);
- интернет раскрывает новые возможности для прямого выражения протеста (новые формы протестной деятельности – онлайн петиции, атаки повторного воспроизведения (replay) и др.);⁵⁶
- он увеличивает символическую среду, где происходят процессы идентификации в коллективных акторов;
- интернет усиливает познавательные возможности относительно информирования и привлечения внимания общественности.⁵⁷

Еще одним теоретиком мобилизации ресурсов, который не обошел исследования влияния сети интернет на протестную деятельность, является Марио Диане. Этот итальянский исследователь на протяжении всей академической карьеры фокусировал свое внимание на организационном и сетевом подходах к анализу общественных движений. Он указывает на то, что именно протест является характерной чертой всех общественных движений, особенностью их существования.⁵⁸

Развивая свою теорию в направлении влияния всемирной сети, Диане активно подчеркивает выделенную инструментальную функцию интернета, поскольку именно с его помощью становится возможным быстрое преобразование определенного количества удаленных географически пострадавших в сплоченное недовольством население.

С развитием новейших технологий и всемирным распространением сети интернет, количество информации и скорость ее распространения претерпели значительные изменения, как и другие сферы человеческой деятельности. Параллельно с этим, как и

⁵⁶ Атака повторного воспроизведения — атака на систему аутентификации путём записи и последующего воспроизведения ранее посланных корректных сообщений или их частей. Любая неизменная информация, такая как пароль или биометрические данные могут быть записаны и использованы позднее для имитации аутентичности.

⁵⁷ Della Porta, D. Global-Net for Global Movements? A Network of Networks for a Movement of Movements / D. Della Porta, L. Mosca // *Journal of Public Policy*. - 2005. №1. – P. 170-172.

⁵⁸ Diani, M. Organizations, Coalitions, and Movements / M. Diani, I. Bison. // *Theory and Society*. -2004. №3/4 – P. 292-293.

ожидалось, объем использования интернета в научном сообществе для получения научной информации увеличился, а методический арсенал научных исследований обогатился.

С одной стороны, можно говорить об использовании интернета для «облегчения жизни» исследователя. Например, определенные модификации получили социологические (и не только) опросы. И если впервые идеи онлайн опроса обсуждались в научных кругах США в 1980-х годах, как альтернатива почтовому опросу, а в 1994 году было проведено первое такое исследование, то за двадцать лет количество личных интервью в США свелось к минимуму.⁵⁹ И хотя, кажется, что данный метод претерпел серьезные изменения, на самом деле, наибольшее отличие онлайн опрос от всех предыдущих его форм – в переносе процесса коммуникации исследователя и респондента из реального социального пространства в виртуальное.

В начале 70-х годов XX века возник вопрос о поиске новых индикаторов, которые увеличили бы объяснительный потенциал теорий, исследующих долговременные тенденции протестных движений. Предложенный метод достаточно быстро получил распространение, и сейчас метод анализа протестных событий (protest event analysis) является общепризнанным методом исследования, разработанным социологами для отображения, анализа и интерпретации распространения и свойств большого количества протестов с помощью контент-анализа таких источников, как новости в газетах.⁶⁰

Данный метод, конечно, имеет как преимущества, так и недостатки. И пока некоторые исследователи утверждают, что анализ протестных событий остается лучшей методологией для изучения общественных движений, и проблемы погрешности и валидности незначительные, другие пришли к совершенно противоположному выводу, что данные СМИ не слишком надежны, поскольку они не измеряют активность общественных движений, а, скорее, является анализом предвзятого освещения событий газетой и должны рассматриваться именно как таковые.⁶¹

С одной стороны, анализ протестных событий привлекает упрощенным рассмотрением широкого спектра движений и действий и возможностью как историко-

⁵⁹ Чугунов, А. В. Опыт проведения массовых онлайн-опросов (на примере США) / Чугунов, А. В URL: <http://ecsocman.hse.ru/text/16216589/> (дата обращения: 05.04.2019).

⁶⁰ Koopmans, R. Rucht, D. Protest Event Analysis and Its Offspring / R. Koopmans, D. Rucht // *Methodological Practices in Social Movement Research* / ed.: B. Klandermans, S. Staggenborg. - Minneapolis: Minnesota University Press, 2014. – P. 345-346.

⁶¹ Bagguley, P. The Limits of Repertoires and Protest Event Data for the Analysis of Contemporary Feminism / P. Bagguley // *Politics & Gender*. - 2010. №4. – P. 616.

сравнительного, так и количественного анализа. С другой, есть ряд критических замечаний, сосредоточенных, как правило, на возможных погрешностях, которые сопровождают этот метод. Например, нераскрытыми остаются вопросы вокруг кодирования различных типов протеста, отбор только тех, в которых принимают участие большое количество людей, или только с конфликтно-насильственным ходом событий. Рассматривая возможность использования метода анализа протестных событий для исследования феминизма, Пол Багулей также отмечал, что во многих случаях исследователи описывают, как правило, мужские формы поведения, а значительная часть дискуссий относительно погрешности выборки, присущей этому методу, решительно остается в стороне гендерных проблем.⁶²

Среди других недостатков отмечают погрешность, связанную с ролью исследователя и относительно конкретных практик отбора или кодирования. Например, не все ежедневные издания газеты могут быть проанализированы из-за нехватки средств и времени, а анализ источников может проводиться только один или два дня в неделю.

Именно поэтому сегодня для преодоления данных проблем и совершенствования метода актуализируется значение сети интернет. И уже можно утверждать, что общепринятым становится анализ не только глобальных, но и региональных, неофициальных, академических и активистских СМИ. А исследователи начинают включать в список источников информации не только бумажные издания, но и ленты онлайн новостей.

Конечно, такая модификация метода положительно отражается не только на стоимости исследования, но и позволяет предполагать, что значительное увеличение видов и количества информационных источников дает возможность охватить в исследовании если не абсолютно все, то подавляющее большинство протестных событий, которые происходили на определенной территории за установленный период. А включение в источники не только официальных СМИ, но и сайтов многих общественных, неформальных (часто конкурирующих между собой) организаций минимизирует возможность одностороннего освещения отдельных событий с искажением фактов.

Первым примером исследования можно назвать следующее – в 2013 году с помощью метода анализа протестных событий ученые статистически доказали всемирной всплеск протестной активности в период с 2006 по 2013 годы и его общественный резонанс, определили основные причины возникновения недовольств, результаты протестов, как

⁶²Bagguley, P. The Limits of Repertoires and Protest Event Data for the Analysis of Contemporary Feminism / P. Bagguley // Politics & Gender. - 2010. №4. – P. 621.

положительные, так и отрицательные, наиболее распространенные требования и формы реализации протестной активности.⁶³ Их исследование охватывает данные доступных онлайн новостей, опубликованных в период с января 2006 года по июль 2013 года. С целью выбора источников новостей (авторы отмечают, что это одна из важнейших задач в рамках данного метода), их исследование включало в себя по крайней мере один международный или регионально признанный источник для каждой исследуемой страны (например, BBC News, Аль-Джазира, New York Times), дополненное по крайней мере одним местным академическим или организационным источником независимых новостей в стране (например, Демократия Сейчас!, база данных Глобальных ненасильственных действий).

Нельзя не обратить внимание на то, что именно использование веб-медиа позволило этим исследователям выйти за пределы одной страны и определенным образом минуя языковые барьеры, сосредоточиться на анализе протестной активности на мировом уровне.

Другой пример является, наоборот, демонстрацией попытки вести учет всех протестов, имеющих место на территории одного государства, а именно Украины. Реализацией данного метода занимается Центр Исследования общества. В своем проекте мониторинга протестов, репрессий и уступок «Ukrainian Protest and Coercion Data», начиная с конца сентября 2009 года, они создают базу данных всех (независимо от тематики и численности) фактических протестных событий, положительных и отрицательных реакций на них, их форм, участников, целей, требований, места и времени проведения, которые происходят в реальном времени на территории Украины и о которых появлялись информационные сообщения в веб-медиа. В качестве источников информации исследования выступают более 190 национальных, областных и активистских СМИ.⁶⁴

Поэтому распространение сети интернет позволило рассматриваемому методу получить статус пока единственного наиболее полного и системного учета всех протестных событий. А благодаря большому количеству международных проектов, он имеет еще и высокий сравнительный потенциал – как во времени, так и в пространстве.

Одним из новых источников данных для социологического анализа стала статистика частоты поисковых запросов в интернете (internet search data), которую возможно использовать для систематического анализа и прогнозирования политических и

⁶³ Ortiz, I. Burke, S. Berrada, M. Saenz. H. C World Protests 2006-2013 / I. Ortiz, S. Burke, M. Berrada URL: http://policydialogue.org/publications/working_papers/world_protests_2006-2013/ (дата обращения: 15.11.2018).

⁶⁴ Center for Social and Labor Research Ukrainian Protest and Coercion Data Project / CSLR URL: <https://cslr.org.ua/en/ukrainian-protest-and-coercion-data-project/> (дата обращения: 15.11.2018).

общественных настроений. Данная методика, несмотря на свою новизну, уже приобрела значительную популярность среди исследователей из разных наук. В первую очередь, она была апробирована в США для предсказания эпидемий гриппа и получила свое воплощение в проекте Google «Мониторинг гриппа» (Google Flu Trends). Было обнаружено, что распространение эпидемии гриппа сопровождается значительным увеличением поисковых запросов, включающих в себя слова-индикаторы, описывающие симптомы заболевания. К тому же значительным преимуществом этого метода стала возможность предугадать всплеск эпидемии гриппа за несколько недель до его подтверждения отделом по чрезвычайным ситуациям США.⁶⁵

Возможность проводить анализ частоты поисковых запросов в других сферах была воплощена в проекте «Google тренды» (Google Trends). В основе его механизма работы лежит анализ чрезвычайно большой базы данных всех поисковых запросов в определенном регионе за установленный период времени. Исследователь, которым может стать каждый владелец аккаунта на gmail.com, выбирает слова-индикаторы и уже через несколько секунд получает данные по динамике поисковых запросов в течение определенного отрезка времени.

Среди неоспоримых преимуществ этого метода – его доступность и легкость в использовании (чаще всего отмечают интуитивно-понятный интерфейс). К тому же информация обновляется ежедневно в режиме реального времени, а всемирное распространение поисковой системы Google предоставляет возможность сравнительного анализа на глобальном уровне.

Однако, несмотря на эти преимущества, пока метод находится на стадии разработки и теоретического обоснования валидности полученных данных. Поскольку, наиболее важным при разработке такого исследования является выделение ключевых слов и словосочетаний, результаты часто оказываются под шквалом критики, поскольку поисковые критерии не являются стандартизированными (например, в Google Flu Trends исследователи столкнулись с проблемой многообразия формулировок пользователями поисковых запросов, фактически описывающих одни и те же симптомы). Также нельзя не упомянуть о низком уровне чувствительности к локальным явлениям и факторам уровня пользования интернетом в разных странах, что фактически делает этот метод пока пригодным в основном для развитых стран. Таким образом, при использовании этого

⁶⁵ Carneiro, H. A. Mylonakis, E. Google Trends: A Web-Based Tool for Real-Time Surveillance of Disease Outbreaks / H. A. Carneiro, E. Mylonakis // Infectious Diseases Society of America. - 2009. № 49 (10). – P. 1558-1559.

метода следует учитывать также общественный интерес к «внешним» и независимым явлениям.

И все же, несмотря на перечисленные недостатки, в научных кругах продолжается активная работа по улучшению метода анализа поисковых интернет запросов, как в сфере экономики, психологии, так и в социальных науках, в том числе при изучении протестных настроений.

Самым ярким таким примером является статья М. Алексеева «За пределами опросов: запросы Google и изменчивость публичных протестов в России». В ней автор пытается отследить рейтинги В. В. Путина и потенциал массовых протестов путем анализа частоты запросов, по его мнению, самых распространенных антиправительственных тем: коррупция, ксенофобия и антиамериканизм. Исследуя период с 2008 по 2011 годы, автор приходит к выводу, что скачек количества запросов, носивших расистский характер, почти всегда сопровождался дальнейшими акциями протеста.⁶⁶ Таким образом, полученные результаты, как считает автор, свидетельствуют, о том, что данная методология способна отслеживать изменения протестных настроений зачастую эффективнее и более оперативно классических опросов.

Подводя итоги, можно отметить, что развитие и распространение сети интернет действительно в значительной степени привело к увеличению арсенала ученых, поскольку количество доступной информации и скорость ее распространения подверглись колоссальным изменениям. Примером нововведений стали как модернизация уже устоявшихся социологических методов (было рассмотрено на примере метода анализа протестных событий), так и появление новых возможностей (метод анализа статистики частоты поисковых запросов в сети интернет).

Нельзя не отметить, что описанные выше методы являются лишь частью уже используемых онлайн методов и тех, что все еще находятся на стадии разработки. Благодаря интернету ученые получили возможность не только использовать огромные объемы информационных ресурсов, но и с помощью его коммуникативных ресурсов приобрели возможность экспертных онлайн опросов. При постоянном увеличении пользователей и развитии технического оснащения, все эти возможности будут только расти.

⁶⁶ Alexeev, M. Beyond the Polls: Google Queries and Public Protest Volatility in Russia / M. Alexeev URL: <http://www.ponarseurasia.org/memo/beyond-polls-google-queries-and-public-protest-volatility-russia> (дата обращения: 29.10.2018).

На данный момент оценить научный потенциал использования сети интернет все еще остается невозможным, поскольку его только начинают реализовывать. Анализ, непосредственно, общественных движений и протестной активности в рамках интернет коммуникаций особенно актуализировался после событий «Арабской весны», когда социальные сети стали средством, которое поспособствовало быстрой реакции на действия власти и организации массовых протестов. С этого момента началась исследовательская работа по раскрытию новых сторон существования протестной активности. И наряду с рассмотренным методом анализа поисковых запросов начинает развиваться статистический анализ использования слов-индикаторов в социальных сетях. Например, семантический анализ на основе выделения положительных и отрицательных слов, сопровождающих слово-индикатор в публикациях в Twitter. Поскольку по состоянию на 2017 год, количество пользователей этой социальной сети уже насчитывало более 330 млн. чел.,⁶⁷ можно только представить, какие исследовательские перспективы представляют данные такого типа.

Конечно, это не значит, что происходит полная подмена офлайн реальности ее онлайн версией, поскольку протесты, как и другие виды человеческой активности, происходящие в них различны. Впрочем, взаимодействие этих пространств и уровень их влияния друг на друга остается не до конца раскрытым, примеры чему приведены в третьей главе. Можно ли предположить, что общественное движение и его протестная активность, которая не освещается в СМИ, с точки зрения общественности не существуют вовсе? Каким образом происходит воспроизведение сетевых отношений различных организаций в интернет-пространстве? Эти и другие вопросы составляют предмет дальнейших исследований протестной деятельности.

2.2 Протестные движения в информационном обществе

В современном мире протестные движения в разных регионах имеют общие черты и все больше трансформируются в сторону комплексного характера, независимо от страны «происхождения». 2010-е годы ознаменовались глобальной волной социальных и политических протестов: человеком 2011 года журнал Time выбрал «протестующего» — не

⁶⁷ Уэллс, Д. Twitter признался в завышении числа пользователей / Уэллс, Д. URL: <https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2017/10/26/739559-twitter-zavisheni-polzovatelei> (дата обращения: 07.03.2019).

кого-то конкретно, а абстрактного демонстранта, разом объединившего арабских революционеров и молчаливых белорусов, захватчиков Уолл-стрит, лондонских хулиганов и россиян, борющихся за честные выборы, — одним словом, всех рассерженных граждан мира. В 2017 году ситуация повторилась, сотни тысяч женщин по всему миру вышли на акцию против Трампа, обвиняя его в сексизме и расизме. Пропалестинские активисты вышли на демонстрации в Иордании, Турции, Египте, Иране, Пакистане, индийском штате Кашмир и во многих других странах, протестуя против решения президента США Дональда Трампа признать Иерусалим столицей Израиля.

Все эти, на первый взгляд, разрозненные движения в различных странах мира объединяют общие черты:⁶⁸

- горизонтальная, неиерархическая структура, которая функционирует благодаря применению современных коммуникационных средств – социальных сетей в интернете, вследствие чего повышается независимость течений протестных событий от степени освещения их в СМИ;
- децентрализованность, отсутствие явных лидеров, что в свою очередь, снижает возможность ведения переговорного процесса между протестующими и властью;
- значительная дистанция между протестными движениями и институционализированными составляющими гражданского общества (профсоюзами, неправительственными организациями) и политическими партиями, которые не выступали организаторами протестов, а только приобщались к ним во время их проведения;
- большинству протестных акций был присущ мирный характер, а насилие протестующими применялось только в ответ на репрессивные силовые действия со стороны власти.

Подобные движения, имеющие определенные признаки протестных, являются многоплановыми и неординарными явлениями глобализирующегося мира. Они заслуживают комплексных исследований как особый социокультурный и исторический феномен.

⁶⁸ Здравомыслова, Е. А. Социологические подходы к анализу общественных движений / Е. А. Здравомыслова // Социологические исследования. - 1990. №7. – С. 88.

В целом протестные движения разделяют:⁶⁹

- по сфере распространения (на локальные и общие);
- по их характеру (на прямые, то есть направленные на невыполнение определенного властного решения, вызывающего протест, и косвенные – невыполнение других правовых, политических и т. д. требований);
- по тематике (на политические, идеологические, социально-экономические и правозащитные);
- по формам политического участия (на радикальные и умеренные);
- по тактике (на конвенционные, конфронтационные и насильственные);
- по субъектам участия, которые, в свою очередь, сгруппированы по различным демографическим признакам – возрастному признаку (молодежь, пенсионеры), гендерному признаку (женское движение), профессиональному признаку (студенчество, предприниматели, ученые, журналисты, деятели культуры и др.);
- по характеру труда (наемные работники, мелкие предприниматели, льготники и др.);
- по институциональным признакам (общественные организации, профсоюзы, партии) или случайным признакам («объединение по интересам» – футбольные фанаты и др.).

Формы протеста трансформируются в соответствии с требованиями времени и уровнем развития общества. Этим можно объяснить популярность современных инновационных акций, которые платформой для протеста выбирают интернет. Так глобальные изменения, происходящие в странах, совершили переворот и в самых популярных социальных сетях таких, как Facebook и Twitter. С первых строк рейтингов популярности подвинулись звезды шоу-бизнеса, уступив место журналистам, политикам и общественным деятелям:⁷⁰ Президент Соединённых Штатов Дональд Трамп (@realDonaldTrump 60 млн подписчиков), Председатель Правительства Российской Федерации Дмитрий Медведев (@MedvedevRussia 4,88 млн подписчиков).⁷¹

⁶⁹ Гарр, Т. Р. Почему люди бунтуют / Гарр, Т. Р. - СПб: Питер, 2015, с. 42

⁷⁰ Крыштановская, О. Цифровая социология и изучение элиты в России / Крыштановская, О. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=1423#sten> (дата обращения: 08.02.2018).

⁷¹ Аккаунт Дмитрия Медведева в Twitter / URL: <https://twitter.com/MedvedevRussia> (дата обращения: 12.02.2019);

Аккаунт Дональда Трампа в Twitter / URL: <https://twitter.com/realDonaldTrump> (дата обращения: 12.03.2019).

Уровень ожиданий населения всегда опережает существующее положение вещей, поэтому недовольство является нормальным состоянием общества, пока не переходит критической границы, рамки которой могут варьироваться в зависимости от конкретной ситуации. Протестную акцию нельзя приравнять к недовольству любого отдельно взятого индивида, хотя бы потому, что такой участник может действовать и удерживать свои позиции только как член группы. То есть мы имеем дело с коллективными действиями, социальными движениями, индивидами, которые действуют как часть организованного меньшинства, объединенного общими взглядами.⁷²

Как отмечает Н. Смелзер, некоторые теоретики предполагают, что к социальным движениям присоединяются неудачники, лишенные мировоззренческой ориентации. В отличие от них сторонники теории ресурсной мобилизации утверждают, что ресурсы осуществляют большее влияние на формирование движения, чем личные интересы отдельных людей.⁷³

Общественные организации как агенты мобилизации ресурсов делают протест более скоординированным и массовым, поскольку способны определить цели, а также предлагают свои возможности (через членство) активизировать протестный потенциал общества. В кризисных ситуациях такие организации могут достаточно долго поддерживать акции сопротивления, а в недемократических режимах служить платформой для дальнейшего развертывания политической борьбы в формах, которые допустимы в конкретный период времени. Возможность социального движения привлечь мощные организационные ресурсы, вероятно, повышает его «готовность к действию», в то время как, мобилизация затрудняется, если организация состоит из разрозненных участников. Она состоится в результате привлечения объединений людей, которые хорошо организованы и готовы действовать совместно, то есть политически активные и приспособленные к борьбе люди являются более ценным ресурсом, чем одиночки.

Протестующие идут на риск в обмен на идентификацию себя с окружающими. Построение структуры протестной организации происходит через общение индивидов, впоследствии, кроме передачи информации, приобретает функции координации действий в рамках протеста. Стоит отметить, что построение коллективной идентичности является временной. Чаще всего ее временные рамки ограничиваются появлением цели протеста и

⁷²Коэн, Дж. Л. Арато, Э. Гражданское общество и политическая теория / Коэн, Дж. Л. Арато, Э. - М.: Издательство «Весь мир», 2003, с. 755

⁷³Смелзер, Н. Социология (учебник) / Смелзер, Н. - М.: Феникс, 1994, с. 608

ее достижением (или поражением акции сопротивления). В моменты коллективного захвата действия участников являются стереотипными, поведение похожим, что укрепляет общие эмоции. Акции протеста усиливают групповую солидарность и идентичность.

Коллективные идентичности мотивируют потенциальных участников протеста к действиям, обеспечивая их ощущением внутригрупповой солидарности и оппозиционным осознанием «мы» против «они». Коммуникация является основным инструментом построения такой идентичности. Общение может происходить вживую и через социальные медиа, которые значительно упрощают процесс передачи информации.

Протестная акция является деятельностью, которая способствует эмоциональному сближению людей, интенсификации социально-психологических связей и общения между ними. Участник такой акции на время преодолевает свою изоляцию, отчуждение от других, незнакомых людей и одновременно растет его чувство социального достоинства: человек чувствует себя частью коллективной силы. С этим связан тот повышенный эмоциональный тонус, который обычно характеризует массовые акции.

Анализируя общее психологическое состояние участника социальной сети,⁷⁴ исследователи описывают его как способствующее расслаблению, благодаря чему интернет-пользователи чувствуют себя свободнее, высказываются более откровенно. С одной стороны, акторы сообщают о себе очень личные данные, проявляют скрытые эмоции, страхи, желания, а порой демонстрируют акты неожиданной доброты и великодушия. С другой стороны, эффект раскрепощенности может провоцировать грубость, злость, ненависть, угрозы, насилие.

Теория общественных движений в социальной психологии позволяет проследить широкое разнообразие индивидуальных и групповых психологических условий, при которых зарождаются различного рода социальные акции. Так, анализируя развитие современных протестных действий, можно выделить базовые психологические условия их возникновения.

1. Первым условием является появление проблемной ситуации, при этом она должна найти такое отражение в психике людей, которое побудило бы их к ее решению, то есть люди должны воспринимать ситуацию как такую, которая может потенциально найти свое решение.
2. Второе условие – чувство социального оптимизма, эмоциональная

⁷⁴ Социальная сеть — это онлайн-платформа, которую люди используют для создания социальных отношений с другими людьми, которые имеют схожие интересы или офлайн связи.

уверенность в том, что данные лица могут решить данную проблему.

3. Третье условие – готовность к личному участию, что является следствием эмоционального переживания проблемной ситуации – желание самому участвовать в ее решении.⁷⁵

Необходимо выделить следующие социально-психологические функции протестных акций:

- познавательная функция – участвуя в акции, лица получают новую для себя социально-политическую картину мира и соответствующую ей информацию;
- инструментальная функция – участники такого образования осваивают новые для себя способы активного воздействия на социально-политическую жизнь, новые поведенческие навыки;
- идеологическая функция – вместо прежних, старых и уже утраченных иллюзий, активисты обычно находят новые верования и убеждения.⁷⁶

Кроме названных, существуют и другие функции, имеющие преимущественно индивидуально-психологический характер. Особого внимания заслуживает потребность в регуляции собственных эмоциональных состояний – участие в акции дает возможность, как для нагнетания эмоций, так и для их ослабления из-за переживаний их с другими людьми.

Протестные акции становятся воплощением как конкретных потребностей и интересов граждан, так и отражением глубинных социально-интегративных потребностей, присущих человеку, а именно чувство единения с большим сообществом людей, способным действовать вместе, активно вмешиваться в ход событий. Участники сформированных таким образом социальных сил наделены общими ощущениями уверенности в своей правоте и оптимизмом, разделяют более или менее близкие взгляды на характер и пути решения проблемы, что превращается в стимулирующий фактор развития данной активности. Такая совместная психологическая нацеленность охватывает различные слои населения независимо от возраста, социального статуса, образования, уровня достатка и других критериев.

Итак, общая сетевая, а впоследствии, и реальная активность позволяет склонным к протесту лицам удовлетворять различные социально-психологические потребности,

⁷⁵ Ольшанский, Д. Психология масс / Ольшанский, Д. - СПб.: Питер, 2002, с. 54

⁷⁶ Волков, Д. Протестное движение в России в конце 2011-2012 гг. / Волков, Д. URL: www.levada.ru/books/protestnoe-dvizhenie-v-rossii-v-kontse-2011-2012-gg (дата обращения: 14.12.2018).

способствует ослаблению эмоциональных барьеров, блокирующих выход скрытых чувств и потребностей. Такую совместную деятельность можно рассматривать как консолидирующий фактор общества, реализующий свои демократические права, а также, что не менее важно, как необходимое условие для передачи социального опыта и культурного наследия от поколения к поколению.

Сейчас с развитием информационно-коммуникативных технологий создаются соответствующие неполитические механизмы обеспечения обратной связи между обществом и властью. Уровень координации взаимодействий существенно отличает протесты последних лет. В настоящее время социальные сети превратились в решающий фактор формирования гражданского общества в ряде стран, выйдя на первое место среди агентов информационного влияния. Социальные медиа, интернет и мобильная связь оказывают непосредственное влияние на дальнейший ход событий и, чему свидетельствуют социологические исследования, на развертывание протестных настроений и мобилизацию населения.

Современные средства коммуникации устанавливают возможность неограниченного общения для внушительного количества участников.⁷⁷ Поэтому, трансформация взаимоотношений гражданского общества и государства, форм и способов проявления протестных движений во всем мире является следствием развертывания общих тенденций развития информационного общества в глобализованном мире, что позволяет прогнозировать дальнейшее распространение и рост веса форм прямой демократии и роли гражданского общества в структуре властных отношений.⁷⁸

Социальные сети и другие коммуникативные средства обеспечивают моментальный выход протестных действий за любые границы и превращение их в транспарентные, трансграничные и глобальные.

Научно-технический прогресс, вызывая изменения в способах производства и воздействуя на общественные отношения, способствует активизации различных форм социально-политического самовыражения. С появлением современной компьютерной техники, по определению, данному К. Ясперсом, изменилось многое: она резко усилила социальную динамику и стала принципиально новым фактором мировой истории, вызвав

⁷⁷ В декабре 2018 года Международный союз электросвязи (ITU) представил отчет, в котором сообщил, что в интернет выходят 3,9 млрд человек или 51,2% населения планеты.

⁷⁸ Бикбов, А. Методология исследования «внезапного» уличного активизма (Российские митинги и уличные лагеря, декабрь 2011 – июнь 2012) / А. Бикбов // *Laboratorium*. - 2012. № 2. – С. 131.

сдвиги, которые невозможно сравнить ни с чем, что известно людям из последних пяти тысяч лет.⁷⁹

Существенным фактором зарождения и распространения организованной общественно-политической активности в XXI веке становится интенсификация социальных связей граждан, имеющих целью лично влиять на внутривластную среду своей страны. Так, весомым мобилизирующим признаком индивидов, как отмечает исследователь А. Бикбов, становится «опыт управления собственной жизнью: поиск места на рынке труда, фриланс или предпринимательство, занятия исследованиями и преподаванием, частые поездки за рубеж, участие в организации различных сообществ. Лица все активнее привлекаются к участию в благотворительной деятельности и волонтерских проектах, локальных инициатив по обустройству окружающей среды, становятся наблюдателями на выборах, тем самым инициативно проявляя заботу – один из видов власти над собой и другими. Такая проекция управления собственной жизнью от профессиональной занятости и тематических локальных инициатив до массовых митингов и уличных лагерей, превращается в новые пространства городской коммуникации, становится отражением актуального недоверия к институтам политики в целом и очевидной претензии митингующих на само представительство».⁸⁰

Все это особенно касается современной молодежи, которая отличается повышенной мобильностью, свободным использованием в повседневной жизни широкого спектра средств коммуникации и высоких технологий для обучения, общения и работы, знанием нескольких языков. Представители молодого поколения активнее старших проявляют критическое отношение к власти, осознают ценность демократии и гражданских свобод, а также демонстрируют высокую готовность полагаться на свои силы, а не на помощь от государства.

В то же время при изменении ритма жизни и увеличении количества социальных контактов прослеживается снижение их эмоциональной глубины и окраски. В большинстве своем они утилитарны, их возникновение и содержание функционально, а на эмоциональные предпочтения часто не остается времени. Человек все чаще испытывает

⁷⁹ Ясперс, К. Современная техника. Новая технократическая волна на Западе / К. Ясперс / Новая технократическая волна на Западе. Сборник статей / под ред. М. И. Левина. - М.: Прогресс, 1986. – С. 119–121.

⁸⁰ Бикбов, А. Методология исследования «внезапного» уличного активизма (Российские митинги и уличные лагеря, декабрь 2011 – июнь 2012) / А. Бикбов // Laboratorium. - 2012. № 2. – С. 155.

одиночество и обеднение эмоциональности жизни.⁸¹ Поэтому механизмом компенсации таких негативных психологических состояний становится непосредственное участие в разного рода социальных движениях.

Вопросу возникновения и развития различных социальных движений с точки зрения социальной психологии посвящены исследования Д. Ольшанского и В. Нестерова.⁸² Авторы отмечают, что характерной особенностью процесса формирования и развертывания протестного движения на современном этапе становится интенсивное использование интернета. Например, митинги 2011 года в России, проходившие в связи с результатами выборов в Государственную думу РФ, были организованы с использованием социальных сетей. Информационными площадками для мобилизации граждан стали Facebook и ВКонтакте, а также Twitter и LiveJournal. Именно в Facebook возникли основные протестные сообщества – «Мы были на Болотной площади и придем еще», «Миллионы граждан за честные выборы», «Белые улицы. Всероссийская акция» и «Лига избирателей».

Стоит отметить, что «социальные сети способны чрезвычайно быстро передавать настроения и информацию, которая распространяется вроде лихорадки, истерики, вируса».⁸³ Кроме того, социальные медиа, на данный момент, являются одним из основных источников формирования и организации протестных акций, представляют собой явление, удовлетворяющее одну из главных социально-психологических потребностей любого человека, а именно – потребность в общении. Понятие общения является процессом взаимосвязи и взаимодействия общественных субъектов (личностей, групп), характеризующимся обменом деятельностью, информацией, опытом, способностями, умениями и навыками, а также результатами деятельности; является одним из необходимых условий формирования и развития общества и личности.

Оценивая эволюцию социального протеста, можно констатировать, что в настоящее время одним из преобладающих источников возникновения и формирования различного рода протестных акций является не только объективная конкретная общественно-политическая ситуация или событие, но и специфические социально-психологические

⁸¹ Нестеров, В. Ю. К вопросу об эмоциональной насыщенности межличностных коммуникаций в Интернете / Нестеров, В. Ю. URL: <http://cyberpsy.ru/2011/05/vadim-nesterov-k-voprosu-ob-ehmocionalnoj-nasyshhennosti-mezhlichnostnykh-kommunikacij-v-internete/> (дата обращения: 14.09.2018).

⁸² Ольшанский, Д. Психология масс / Ольшанский, Д. - СПб.: Питер, 2002. – 368 с.

Нестеров, В. Ю. К вопросу об эмоциональной насыщенности межличностных коммуникаций в Интернете / Нестеров, В. Ю. URL: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/netemotions> (дата обращения: 14.09.2018).

⁸³ Волков, Д. Протестное движение в России в конце 2011-2012 гг. / Волков, Д. URL: www.levada.ru/books/protestnoe-dvizhenie-v-rossii-v-kontse-2011-2012-gg (дата обращения: 14.12.2018).

факторы, а также стремительное распространение информационно-коммуникативных технологий. Так, динамичное привлечение все большего числа граждан к сетевой деятельности, активное обсуждение в социальных сетях острых социально-политических тем, быстрое распространение актуальной информации через интернет способствует изменению статуса значительной части населения из «пассивный наблюдатель», в тревожной по их мнению ситуации, на статус «активного выразителя собственной позиции» и позднее сплочения единомышленников в реальном пространстве. Постепенно, при увеличении количества участников в определенной условной критической ситуации в стране, городе или регионе, возникает принципиально новая психологическая атмосфера, которая является самостоятельным фактором политических решений.

В последней главе будут рассмотрены технические приемы, используемые для формирования общественного мнения, а также проанализировано использование социальных медиа для управления Occupy Wall Street в США и Протестного движения в России 2011 года.

Глава 3. Анализ протестных движений и социальных медиа

3.1 Боты как средство создания информационного контента в интернете

Как показывает практика организации современных протестных движений, одним из наиболее эффективных средств привлечения к ним большого количества участников, прежде всего молодежи, стали социальные сети.⁸⁴ Они позволяют быстро находить единомышленников, устанавливая горизонтальные связи. Но схема, по которой строится коммуникация, зависит от тех, кто ее строит. Рассматривая массовые политические протесты и роль новых медиа, как инструмента управления, можно заметить, что социальные сети стали средством для распространения и обмена информацией между ее участниками и теми, кто помогает организовать вне сети.⁸⁵

На примере управления массовыми беспорядками антиглобалистов в США и ряде стран Евросоюза, а так же событий, произошедших в России в связи с выборами в Государственную Думу и выборами Президента Российской Федерации 2011 года, можно рассмотреть особенно высокую эффективность использования социальных сетей в деле организации протестных акций, прежде всего, в контексте эффективного созыва по средствам сети интернет, в частности мессенджеров. Учитывая серьезную опасность и активную роль социальных медиа в организации и развертывании массовых беспорядков, советник госсекретаря США Алек Росс назвал интернет «Че Геварой XXI века».⁸⁶

Социальные медиа являются прогрессивным средством массовой коммуникации в современном информационном обществе. Основным носителем информационных сообщений в таких сервисах выступает контент, а потребителем и генератором такого контента выступают акторы – участники виртуальных сообществ. Опыт «Арабской весны», «Цветных революций», последних событий на востоке Украины показывает, что распространение недостоверного и предвзятого контента во время проведения

⁸⁴ Тараненко, Н. Н. К вопросу организации массовых беспорядков / Н. Н. Тараненко // Вестник НГУУ «КПИ». Политология. Социология. Право. - 2016. № 3 (19). – С. 161.

⁸⁵ Лашманкин, А. Социальные сети и протестные акции против фальсификации выборов в Самаре: версия наблюдателя / А. Лашманкин // Digital Icons: Studies in Russian, Eurasian and Central European New Media. – 2012. № 7. – С. 206.

⁸⁶ Тараненко, Н. Н. К вопросу организации массовых беспорядков / Н. Н. Тараненко // Вестник НГУУ «КПИ». Политология. Социология. Право. - 2016. № 3 (19). – С. 164.

информационных операций в интернете приводит к асоциальной реакции акторов на него.⁸⁷

События из виртуального пространства постепенно трансформируются в физическое, что приводит к дестабилизации действующей системы управления в государстве, нарастания напряжённости в обществе. С целью распространения в социальных сетях контента деструктивного содержания субъекты информационных операций используют разнообразные методы, средства и технологии информационного влияния, что существенно затрудняет процедуры их выявления, оценивания и последующего противодействия.⁸⁸ Поэтому своевременное выявление признаков информационных операций является актуальной теоретико-прикладной задачей, которая требует своего решения в процессе обеспечения информационной безопасности государства.

Так, еще в 2012 году компанией «Итеранет» по заказу службы внешней разведки Российской Федерации началась реализация проекта по разработке новых методик мониторинга блогосферы. Специализированный программный комплекс состоит из трех модулей – «Диспут», «Монитор3» и «Шторм12». Модуль «Диспут» используется для мониторинга блогосферы. Полученные на предыдущем этапе данные обрабатывает «Монитор3», задачей которого является разработка методов организации и управления в интернете виртуальным сообществом привлеченных экспертов. Данные от экспертов направляются модулю «Шторм12», который должен распространить информацию в социальных сетях и организовать информационную поддержку мероприятий по воздействию на заданную массовую аудиторию.⁸⁹

Министерством обороны и спецслужбами США активно разрабатываются специализированные программные и аппаратные средства для управления и воздействия на пользователей сети интернет. В 2011 году был разработан программный комплекс SMISC (Социальные медиа в стратегической коммуникации)⁹⁰ для отслеживания враждебной к США пропаганды и ведения контрпропаганды в Facebook, Twitter, YouTube и других популярных площадках. В процессе функционирования SMISC используются следующие

⁸⁷ Гришук, Р. В. Синергия информационных и кибернетических действий / Р. В. Гришук, Ю. Г. Даник // Труды университета. - 2014. № 6 (127). – С. 133.

⁸⁸ Тараненко, Н. Н. К вопросу организации массовых беспорядков / Н. Н. Тараненко // Вестник НТУУ «КПИ». Политология. Социология. Право. - 2016. № 3 (19). – С. 166.

⁸⁹ Черненко, Е. Разведка ботом СВР займется социальными сетями / Черненко, Е. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/2009289> (дата обращения: 14.05.2018).

⁹⁰ Черненко, Е. Агентство национальной дезинформации США / Черненко, Е. URL: <http://kommersant.ru/doc/2009289> (дата обращения: 14.05.2018).

технологии: лингвистический анализ; анализ трендов, настроений, общественного мнения и «культурных нарративов»; автоматическое создание контента. Ранее в 2010 году в США внедрен программный комплекс Persona Management Software с целью создания и распространения через сеть ботов заданного контента для формирования общественного мнения по «необходимым» направлениям.⁹¹

Итак, для проведения информационных операций в социальных сетях используется специализированное программное обеспечение, которое, в том числе, применяет ботов для распространения заданного контента.

Ботами в социальных медиа называют специализированные программные комплексы, которые предназначены для автоматического использования функций через интерфейс пользователя в соответствии с поставленными задачами. К таким функциям относятся: публикация заданного контента; генерация связей с другими пользователями; добавление комментариев, хештегов и отметок.

В зависимости от задач выделяют следующие типы ботов:⁹²

1. Технические боты – используются для выполнения однообразных действий в СИС, к примеру, увеличение количества одобрительных отзывов («накручивание лайков») для продвижения контента в новостной ленте; добавления простых односоставных комментариев или повторной публикации сообщений («репост»). Такие действия оказывают на пользователей впечатление высокого уровня обсуждения отдельной темы, её актуальности и критичности для общества. Также технические боты выполняют функцию социализации других акторов путем добавления их в список «Друзей» и «Подписчиков» для повышения уровня доверия к ним виртуального сообщества.

2. Боевые боты – предназначенные для ведения отложенных активных действий с учетными записями пользователей социальной сети. Они получают доступ к персональным данным актора в результате образования связи (добавления в «Друзья») и в момент начала информационной операции привлекаются для распространения заданного контента и негативных комментариев или для блокировки аккаунта.

3. Боты-дезинформаторы имитируют деятельность реальных пользователей, в определенный момент времени публикуют заданный контент для информационного

⁹¹ Грищук, Р. В. Технологические аспекты информационного противоборства на современном этапе / Р. В. Грищук, И. А. Канкин, В. В. Охримчук // Защита информации. - 2015. № 1 – С. 84.

⁹² Грищук, Р. В. Синергия информационных и кибернетических действий / Р. В. Грищук, Ю. Г. Даник // Труды университета. - 2014. № 6 (127). – С. 140.

воздействия на виртуальное сообщество. В случаях успешной информационной операции публикации ботов-дезинформаторов распространяются в социальных медиа и позже освещаются в традиционных СМИ.

4. Боты-спамеры применяются для распространения бессмысленного контента: публикации старых сообщений или их отрывков. Целью данного вида ботов является осложнение восприятия контента, засорение хештегов через публикацию под ним несоответствующего содержания.

5. Чат-бот – это программа-собеседник, имитирующая человеческое общение при помощи текста или голоса, работающая по заданному алгоритму. Они ведут диалог с пользователем, выполняя его просьбы, отвечая на запросы или развлекая своими ответами. Первые программы, имитирующие общение людей, появились еще в 1960-х году, с ростом популярности мессенджеров в 2010-х чат-боты обрели новую жизнь.

6. Боты-тролли⁹³ представляют собой наиболее агрессивный тип ботов, потому что находят необходимые публикации в социальных медиа, публикуют оскорбительные и враждебные комментарии; провоцируют споры среди пользователей виртуального сообщества и создают информационный фон для распространения деструктивного посыла.

В роли троллей могут выступать реальные люди, поведение которых объясняется влиянием манипуляторных технологий на сознание акторов, а неспособность к критическому восприятию контента компенсируется агрессивным поведением и нападками на собеседников. Результаты исследований НАТО по улучшению стратегических коммуникаций показали, что признаками ботов в социальных медиа являются: комментарии публикаций других пользователей или виртуальных сообществ большой длины; содержание таких комментариев не соответствует тематике диалога; комментарии содержат проявления враждебности и агрессивности; наличие большого количества грамматических ошибок.⁹⁴

Однако, наличие всех перечисленных признаков у пользователя не доказывает, что он является ботом-троллем. Вследствие анализа и обобщения признаков применения специализированных информационных ресурсов в социальных медиа и ботов, в частности,

⁹³ Троллинг — форма социальной провокации или издевательства в сетевом общении, использующаяся как персонализированными участниками, заинтересованными в большей узнаваемости, публичности, эпатаже, так и анонимными пользователями без возможности их идентификации.

⁹⁴ NATO Strategic Communications Centre of Excellence Riga, Latvia Internet Trolling as a hybrid warfare tool: the case of Latvia / NATO Strategic Communications Centre of Excellence Riga, Latvia URL: <https://www.stratcomcoe.org/internet-trolling-hybrid-warfare-tool-case-latvia-0> (дата обращения: 26.09.2018).

разработаны подходы к выявлению признаков организационных информационных операций, которые заключаются в обнаружении дубликатов публикаций контента или комментариев. Среди известных подходов к выявлению неполных дубликатов избран алгоритм шинглов⁹⁵ («Чешуек»). Исследуемый контент разбивается на цепи слов одинаковой длины, для которых рассчитывается хешфункция. Затем проводится сравнение рассчитанного на основе хешфункции контента, если они совпадают, то исследуемый контент имеет дубликаты.

Далее производится расчет показателей читабельности публикаций пользователей сети. Индекс читабельности текстов определяет сложность восприятия такого контента пользователями виртуального сообщества. Эффективность использования такого показателя для детектирования деструктивных информационных посылов объясняется наличием языкового барьера между реальными пользователями и ботами.

Затем осуществляется ведение диалога с актором, который анализируется, для проверки является ли он реальной личностью, а не ботом, целесообразно задать ему вопрос на некоторую тематику. В большинстве случаев появление ответа на заданный вопрос невозможно, что объясняется вышеупомянутым языковым барьером ботов и реальных акторов. Иногда сформулированный ответ и ключевые слова могут не отвечать тематике вопроса, что указывает на социальных ботов, специальные программы, созданные для имитации поведения людей в социальных сетях. Следует отметить, что формирование окончательных выводов о проведении информационных операций в социальных медиа достигается в результате исследования наличия в контенте содержательных и манипуляторных признаков, а также оценки пользователя или виртуального сообщества, которые его распространяют.

Такого рода «сетевые войны» можно наблюдать на примере активности «Фабрики троллей» из исторического района Санкт-Петербурга Ольгино, информация о существовании которой получила широкий резонанс в СМИ.⁹⁶ В данном случае можно говорить о том, что институализированные формы коммуникации и соответствующие политические институты пытаются вести диалог с онлайн-формой протеста в его пространстве и на его языке. Характерно, что участники этих войн, будучи ангажированы

⁹⁵ Шингл – это фрагмент текста длиной в несколько слов, с которым работает программа проверки уникальности.

⁹⁶ Бараш, Р. Э. Системно-коммуникативная теория протеста: протест как «альтернатива без альтернативы» / Р. Э. Бараш // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. - 2018. № 3. – С. 134.

политическими задачами и институтами, вынужденно вступают на чужое поле и выходят за пределы собственных декларируемых политикой и правовым образом определенных рамок.

Именно в таком коммуникативно-сетевом контексте надо понимать идею М. Кастельса о возникновении « сетевого общества » и связанной с этим радикальным изменением временной семантики социального действия. Благодаря онлайн активизму формируется виртуализированное будущее, которое понимается пользователем как уже присутствующее в настоящем, хотя в офлайн реальности доминируют иные традиционные формы социальной жизни. Такие расходящиеся перспективы офлайн и виртуальной реальности приводят к сетевым войнам и сражениям.⁹⁷

Обобщение и систематизация организационных признаков информационных операций в интернете и социальных ботов, в частности, позволяет автоматизировать процедуры раннего выявления угроз информационной безопасности государства в виртуальных сообществах. Боты в социальных сетях стали мощной силой, способной повлиять на общественное мнение: взаимными лайками и репостами они способны искусственно выводить в тренды заказные темы или хештеги.

3.2 Диванные войны и интернет-сообщество

С популяризацией интернет-технологий и расширением сегмента сети интернет все чаще возникают дискуссии о его роли в политической жизни страны и функционировании гражданского сектора, привлекая внимание сторонников возможностей, предоставляемых информационно-коммуникационными технологиями. Усложнение структуры социальных отношений, способствует появлению принципиально новых теоретических сетевых моделей протестной активности. По мнению исследователя С. Ушкина, существует пять основных направлений: теория « умной толпы », теория минимизации затрат, теория сетей и потоков, теория солидаризации и социального перформанса и теория слактивизма. Сближает эти теории то, что в каждой из них социальные сети фактически рассматриваются как эффективный информационный и мобилизационный ресурс, где минимизированы временные, финансовые и эмоциональные затраты. Структурная разница подходов – в

⁹⁷ Бараш, Р. Э. Системно-коммуникативная теория протеста: протест как « альтернатива без альтернативы » / Р. Э. Бараш // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. - 2018. № 3. – С. 134.

уровне влияния новых информационных и коммуникационных технологий на протестную активность: позитивном, негативном или нейтральном.⁹⁸ Далее будет рассмотрен подход, при котором от пользователей требуется наименьшее погружение в проблему, что позволяет охватить большую аудиторию.

Слактивизм (синоним термина «диванные войска», от англ. Slacker – лентяй, activism – активизм) – термин, ставший популярным в последние годы, по определению исследователя новых медиа Евгения Морозова, означает онлайн-активность, что создает у людей, принимающих в ней участие, – слактивистов – иллюзию причастности к политическим процессам благодаря выполнению простых действий в интернете – вступление в группы в социальных сетях, подписание онлайн-петиций и тому подобное. Е. Морозов выражает опасения, что, выбирая новые медиа из-за низких транзакционных издержек, люди, таким образом, могут отказаться от более традиционных форм активизма (демонстраций, забастовок), которые нередко связаны с риском столкновений с полицией и арестами.

Подобная тревога стала довольно популярной в научных кругах, среди общественных деятелей, экспертов, журналистов и блогеров. Финский ученый Хенрик Кристенсен считает, что онлайн-активизм малоэффективен, и граждане, принимающие в нем участие, имеют низкий уровень политических компетенций.⁹⁹ Мика Уайт, один из апологетов идеи «революции без лидеров», обвиняет активистские организации в измене левым взглядам, потому что они потворствуют распространению «кликтивизма» (один из возможных синонимов слактивизма) – превращению политического участия в ряд кликов по ссылкам в интернете, а значит поддерживают современную систему маркетинга и идеологию общества потребления.¹⁰⁰ Существующие на сегодня прикладные исследования все еще не способны окончательно доказать или опровергнуть тезис о «вредности» слактивизма. Кроме того, не совсем ясно, можно ли считать слактивизм формой политического участия.

Распространение нового типа медиа приводит к проникновению его в поле политики

⁹⁸ 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. 10.

⁹⁹ Christensen, H. S. Political Activities on the Internet: Slacktivism or Political Participation by other Means? / H. S. Christensen // First Monday. - 2011. № 2. – P. 10.

¹⁰⁰ White, M. Clicktivism is ruining leftist activism / M. White. URL: www.guardian.co.uk/commentisfree/2010/aug/12/clicktivism-ruining-leftist-activism (дата обращения: 19.12.2018).

и адаптации для решения тех или иных задач политической коммуникации. Так на протяжении человеческой истории происходило с почтой, телеграфом, телефоном, телевидением, мобильной связью, и поэтому странно было бы предположить, что интернет не будет интегрирован в политический процесс. Известно, что две трети пользователей в России заходят во всемирную сеть ежедневно, в том числе для действий в пределах гражданской активности и политического участия. Однако в политологической науке до сих пор не картографировано соотношение онлайн-политического участия с его офлайн-типами. Дискуссионным остается вопрос, какие именно действия граждан-пользователей можно отнести к формам политического участия.

Терминологические коллизии между определениями категорий политического участия, мобилизации, политического активизма, гражданского действия, политической активности, политической поддержки, политической деятельности и их проекциями на интернет приводят к тому, что разные авторы по-разному трактуют пользовательские практики в интернете.

Можно выделить 3 типа связей между интернетом и активностью граждан:

- формы политического участия, которые возможны только онлайн (хакерские атаки на государственные сайты и серверы);
- формы политического участия, которые могут быть осуществлены одинаково как в реальном мире, так и в интернете (подписание петиций и участие в голосовании);
- формы политического участия, что возможны исключительно в офлайне (участие в манифестациях и митингах).

И если по первому типу может существовать дискуссия, действительно следует считать какие-то политически окрашенные действия в онлайн-нереферентными, то два других типа не вызывают споров у научной общественности. Подавляющее большинство россиян заявили о своей неготовности выходить на акции протеста (77% опрошенных), чтобы добиться в обществе изменений к лучшему, показал опрос Левада-центра, но они готовы составлять и подписывать петиции онлайн. Добиваться изменений при помощи выдвижения своей кандидатуры на выборах различного уровня готовы 10% опрошенных, а поддержать деньгами общественные и политические организации — 8%.¹⁰¹

Как уже отмечалось ранее, определение слактивизма (или «диванных войн») охватывает далеко не все виды онлайн-активности, некоторые же отвечают только части

¹⁰¹ Дергачев, В. Большинство россиян отказались митинговать ради изменений к лучшему / Дергачев, В. URL: <https://www.rbc.ru/politics/13/02/2019/5c62a4a39a7947ddd78086ff> (дата обращения: 05.03.2019).

критериев. Этот феномен не включает, например, хактивизм – политически мотивированные хакерские атаки (хакер The Jester из США взломал сайт российского министерства иностранных дел и оставил послание),¹⁰² так как эти действия требуют значительных затрат и могут быть выполнены ограниченным кругом лиц.¹⁰³

Целый ряд форм интернет-участия является результатом транспозиции более традиционных видов политического участия в виртуальное пространство. Описанные в классической работе С. Вербы и Н. Ная виды политического участия, такие как: голосование на выборах, контакт с политиками, представителями местного руководства и центральной властью, пожертвования и взносы в пользу политических партий и организаций, попытки убедить других в необходимости голосования – имеют эквиваленты в онлайн-деятельности пользователей и осуществляются с помощью интернет-технологий, обеспечивающих в данном случае удаленную авторизацию и передачу данных о выборе, использование протоколов электронной почты, интерфейсов сайтов социальных сетей, систем онлайн-платежей.¹⁰⁴ Интернет здесь выполняет скорее инструментальную функцию, предоставляя доступность для большего количества людей.

По той же логике к формам легального политического активизма могут быть отнесены составления и подписания онлайн-петиций (предложений, ходатайств, жалоб), которые в российских реалиях нередко связаны с необходимостью распечатать текст и отправить его в соответствующий госорган в виде письма. Естественно, важным критерием здесь выступает содержание проблемного вопроса. Такие инициативы, как строительство «Звезды смерти» или звездолета «Энтерпрайз», предлагавшиеся в США и набравшие тысячи подписей, очевидно, относятся к квази-активизму или псевдо активизму.

В 2016 году в США была создана онлайн петиция, которую подписали более 35 тысяч человек, в ней говорилось о необходимости начать строительство «Звезды Смерти», для создания дополнительных рабочих мест и усиления национальной безопасности. Однако, как отмечается в ответе, опубликованном от имени главы отдела научно-космических исследований бюджетного подразделения Белого дома Пола Шокросса, создание «убийцы планет» не входит в государственные планы в

¹⁰² BBC News Кто взломал старый сайт российского МИДа? / BBC News URL: <https://www.bbc.com/russian/news-37746275> (дата обращения: 06.03.2019).

¹⁰³ Christensen, H. S. Political Activities on the Internet: Slacktivism or Political Participation by other Means? / H. S. Christensen // First Monday. - 2011. №. 2. – P. 9.

¹⁰⁴ Verba, S. Participation in America: Political Democracy and Social Equality / S. Verba, N. H. Nie - Chicago: University of Chicago Press, 1987. – pp. 202

ближайшем будущем. Чиновник сообщил, что строительство «Звезды Смерти» обойдется США в 850 миллиардов долларов, что непозволительно, так как «предпринимаются все усилия, чтобы сократить дефицит бюджета, а не увеличить его». К тому же, отмечается в сообщении, Белый дом «не поддерживает идею уничтожения планет».¹⁰⁵

Сложность конкретизации содержания «диванных войн» связана с тем, что в научной литературе не существует исчерпывающего списка видов деятельности, которые под ними подразумеваются. Как проиллюстрировано выше, критерий «низкого порога вхождения» сам по себе не может ассоциировать действие с слактивизмом. К «активизму для ленивых» исследователи относят, среди прочего, просмотр политических роликов на YouTube, комментирование постов в блогах, на сайтах социальных сетей и в интернет-СМИ, подписку на новости политиков, распространение новостей и информационных сообщений, пересылку тематических e-mail, присоединение к группам, посвященным общественным кампаниям, каузальное изменение информации в профиле в социальных медиа и многое другое.¹⁰⁶

Большинству этих действий трудно найти аналоги среди офлайновых форм политического участия, что неудивительно, так как они не являются политической активностью или формой политического участия по своей сути в том смысле, что эти действия изначально не имеют целью повлиять на функционирование любых элементов политической системы, тем не менее, могут выступать для пользователя способом самопозиционирования через объектные дискурсы, подобно футболкам с принтами на политическую тематику и наклейкам с текстом «We are the 99%».

Пользователи проявляют свой интерес к политике и общественным проблемам, пытаются поддерживать и развивать свои политические компетенции, потребляя информацию из различных источников, в том числе из интернета (что само по себе является формой проведения времени). В сети они делятся информацией со своим подписчиками в социальных медиа, точно так же, как передавали бы новостной сюжет семье за ужином. Но, в отличие от чтения газет и прослушивания новостей по радио, в интернете обычно остаются данные о просмотрах веб-страниц – цифровой след, который поддается анализу. Он демонстрирует внимание пользователя, может означать как интерес, так и поддержку,

¹⁰⁵ РИА Новости США не будут строить "Звезду Смерти" вопреки просьбе тысяч американцев / РИА Новости URL: <https://ria.ru/20130112/917828858.html> (дата обращения: 19.03.2019).

¹⁰⁶ Christensen, H. S. Simply Slacktivism? Internet Participation in Finland / H. S. Christensen // JeDEM-eJournal of eDemocracy and Open Government. - 2012. № 4 (1). – P. 13.

солидарность с конкретной проблемой, идеологической или политической позицией. Кроме того, как и в офлайне, в онлайн пользователи участвуют в обсуждении социально значимых вопросов, питая публичную дискуссию, формируя общественное мнение и обеспечивая обратную связь с государственными институтами.

Все эти действия не являются политическим участием сами по себе, но выступают латентной формой и ключевой предпосылкой, поскольку демонстрируют социальную вовлеченность граждан, то есть интегрированность в социальной континуум, внимание к проблемам общества, отсутствие индифферентности в политической жизни. Точно такой же предпосылкой, но не символического, а практического характера, то есть результатом преодоления пропасти между «словом» и «действием», выступает гражданская активность – деятельность, направленная на решение проблем общества, но не имеющая выраженного политического компонента.¹⁰⁷

Иначе говоря, пользователи, которые подписываются на новости и создают демотиваторы с политиками, маловероятно, готовы заняться политическим активизмом в формате протестов, забастовок, демонстраций и подобных им способов повлиять на принятие решений в стране. В случае значительного падения качества жизни люди бы занялись «уличной политикой», но, скорее всего, не под влиянием интернета и социальных медиа, хотя они и способны аккумулировать протестные настроения и альтернативные политические дискурсы, чаще вступают не импульсом к действию, а одним из способов коммуникации и организации групп активистов.¹⁰⁸

Однако, это объективизированные трактовки политического участия, тогда как в определении слактивизма Е. Морозова акцент сделан на психологическом положении, самочувствии интернет-пользователя, который оставляет ругательства и делится новостями. Ряд проведенных исследований констатирует общую социальную детерминированность типов политического поведения граждан и свидетельствует об отсутствии отделения онлайн-участия респондентов от офлайновых форм.¹⁰⁹

Гипотетически можно предположить, что элементы социальной интерактивности в вирусных новостных сообщениях, образуя ассоциативные связи с процессом

¹⁰⁷ Ekman, J. Political Participation and Civic Engagement: Towards A New Typology / J. Ekman, E. Amna // Human Affairs. - 2009. Vol. 22. – P. 293.

¹⁰⁸ Shirky, C. The Political Power of Social Media: Technology, the Public Sphere, and Political Change / C. Shirky // Foreign Affairs. - 2011. № 1. – P. 39.

¹⁰⁹ Christensen, H. S. Simply Slacktivism? Internet Participation in Finland / H. S. Christensen // JeDEM-eJournal of eDemocracy and Open Government. - 2012. № 4 (1). – P. 15.

формирования общественного мнения по актуализированному вопросу, впоследствии вызывает реакцию со стороны элит и властных структур, и могут вызвать в представлениях интернет-пользователей ложные интерпретационные схемы типа «мой ретвит стал причиной заявления / действий президента страны». Подобные цепочки будут тем прочнее, чем больше будут зафиксированы образцами своеобразного вирального гейткипинга,¹¹⁰ примером которого может служить короткометражный фильм «Kony-2012».

Основатель и директор американской правозащитной организации Invisible Children Джейкоб Рассел опубликовал 30-минутный фильм на YouTube и Vimeo, целью которого было продвижение благотворительного движения «Стоп Кони». Чтобы привлечь к ответственности лидера ополчения Уганды Джозефа Кони за военные преступления. В ролике предлагалось активно распространять информацию о видео в социальных сетях, а также по возможности оказать финансовую помощь некоммерческой организации Invisible Children. Рассел объясняет в видео, что в его планах найти 20 культурных деятелей (актеры, спортсмены, исполнители) и 12 политических фигур, которые будут готовы поддержать акцию Kony 2012. Фильм, загруженный на Vimeo за 16 дней, собрал почти 7 миллионов просмотров, аналогичный ролик загруженный на YouTube, только за первые 24 часа просмотрело более 4,2 миллиона человек. У фильма есть официальный Twitter и сайт, в месяц загрузки видео одними из самых популярных хештегов в Twitter были: #makekonyfamous, #kony2012 и #stopkony. Сообщения с хештегом в своих аккаунтах поддержали многие западные знаменитости: Опра Уинфри, Эмма Стоун, Джастин Бибер, Ники Минаж, Пи Дидди и другие. Музыкант Soulja Boy оперативно написал композицию Stop Kony. Фильм призывал к массовой арт-акции – обклеить в ночь на 20 апреля свой город плакатами KONY 2012. Уже на следующий день после публикации история Кони и LRA¹¹¹ была освещена ведущими СМИ, включая Washington Post и The Daily Telegraph, на пресс-конференции Белого дома пресс-секретарь Джей Карни заявил, что Барак Обама благодарит создателей фильма и обещает продолжать разоружение армии Кони.¹¹²

¹¹⁰ Гейткипинг (Gatekeeping) или Теория привратника — процесс выбора и фильтрации информации для СМИ и редактирования её в соответствии с требованиями (ограниченное время или пространство).

¹¹¹ Господня армия сопротивления / Lord's Resistance Army — угандийская националистическая повстанческая группировка, рекрутирующая своих солдат из представителей народности ачолы.

¹¹² Invisible Children KONY 2012 / Invisible Children URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Y4MnpzG5Sqc> (дата обращения: 15.02.2019).

Данное вирусное видео, опубликованное в 2012 году, создало своеобразную стратегию по привлечению людей к определенной проблеме в интернете:

- создание сообщества, объединённого одной идеей (в том числе аккаунты в социальных сетях и сайт);
- поиск известных людей и политических деятелей, поддерживающих идею и готовых о ней говорить;
- создание контента по конкретной проблеме и призыв к его распространению;
- создание брендированной продукции и ее распространение;
- призыв к пожертвованиям в пользу фонда организации;
- призыв выйти на улицы.

Политические деятели по всему миру приходят к выводу о необходимости использования социальных сетей. Так, например, российский оппозиционер Алексей Навальный следует стратегии, описанной в данном фильме. Его команда создает как персональные его аккаунты во всех популярных социальных сетях России, так и аккаунты «Команды Навального». На сайте политической партии и на странице Команды Навального ВКонтакте центральное место занимают лозунги партии и её основные цели. Сайт призывает присоединиться к сообществу и стать волонтером организации: подписаться на новостную рассылку, стать участником группы ВКонтакте и поделиться информацией с подписчиками. Следующая ступень — это материальные пожертвования, которые возможны в любой удобной форме для активиста, если вы не готовы пожертвовать деньги в фонд, существует магазин с брендированной продукцией партии. На сайте магазина также размещены просьбы о распространении информации среди подписчиков в любых социальных сетях.

Для проведения полномасштабных акций протеста в Москве и других городах России создавались мероприятия на Facebook «Он нам не Димон: требуем ответов на улице». Официальную страницу данного митинга, прошедшего в Москве 26 марта 2017 года, посетили 5 тысяч человек, 4 тысячи изъявили желание принять участие вживую.¹¹³

Еще одним примером служит антикоррупционная акция протеста, которая состоялась 2 апреля 2017 года в Новосибирске, в ней, по разным оценкам, приняли участие от 400 до 1000 человек. Митинг был согласован в формате пикета, то есть на нем было

¹¹³ Мероприятие в Facebook Он нам не Димон: требуем ответов на улице / URL: <https://www.facebook.com/events/1860803440858828/> (дата обращения: 16.02.2019).

запрещено использовать звукоусиливающую аппаратуру. Чтобы предоставить возможность желающим высказаться, организаторы предложили участникам скачать приложение для смартфонов ZELLO и слушать выступления ораторов в режиме реального времени в интернете, при этом находясь на площади. Для этого было необходимо заранее подготовить наушники, переносные зарядки и сообщить о своем желании стать спикером на онлайн канале. В результате со стороны в собравшихся было сложно распознать протестующих: большинство участников, надев наушники, постоянно смотрело в экран телефона. Данная акция служит ярким примером объединения двух реальностей: офлайн пикет проходил на площади, где находились физические тела участников с плакатами, а онлайн в интернете, куда были обращены их взоры и мысли.

Со временем может сформироваться специфический тип поведенческой стратегии политического онлайн-активиста (слактивиста) который будет следить за информационными трендами и активно использовать различные инструменты социальных медиа, стремясь повлиять на политический процесс через распространение информационных сообщений, при этом снижая офлайновые и смешанные формы политической активности. Вместе с тем, эта возможная модель поведения, в рамках которой намеренно практикуется малоэффективная форма «виртуального» политического участия, кажется маловероятной. В первую очередь, поскольку описанная выше упрощенная гипотеза, сосредотачиваясь на распространении медиа-контента в интернет, не учитывает рациональные компоненты мотивации граждан-пользователей и динамику координационных игр, возникающие при принятии подобных решений. На данный момент кажется бесперспективным отделять слактивистскую иллюзию причастности к политике, возникающую в процессе распространения социально значимой новости в Facebook, от физического проявления протеста.

В своей книге «Net Delusion» Е. Морозов описывает эксперимент датского ученого, создавшего в Facebook группу по защите от сноса исторического фонтана в центре Копенгагена. Несмотря на то, что на самом деле фонтану ничто не угрожало, в течение нескольких недель к этой группе присоединилось около 27 тыс. человек.¹¹⁴ В этом эксперименте Морозов видит типичный случай, демонстрирующий сущность слактивизма. Большая доля пользователей, вступая в группу на сайте социальных сетей, не стремится объединить свои интересы с интересами других людей, чтобы начать действовать в

¹¹⁴ Morozov, E. The Net Delusion – The Dark Side of Internet Freedom / E. Morozov N. Y.: Public Affairs, 2012. – pp. 410

офлайне. Исследователь акцентирует внимание на необходимости анализа целей общественных кампаний, разворачивающихся в интернете, и того, насколько оправдано избран онлайн-активизм как способ их достижения, потому что трудно сравнить по своим масштабам и необходимым ресурсам инициативы глобального гражданского общества и попытки решения местной проблемы в отдельно взятом городе.

Действительно, виртуальный рынок внимания интернет-пользователей, несмотря на высокую конкуренцию между различными посланиями, часто остается как бы оторванным от реальных поступков людей. Итак, анализируя проблему слактивизма в более широком контексте политического участия, можно сделать вывод, что он раскрывает и обобщает важные тенденции, происходящие в современном цифровом обществе. Однако, дальнейшие научные исследования, в частности концептуализация проявлений политического участия и политической активности в интернете и их отделения от онлайн-проявлений социальной вовлеченности могли бы привести к более точному использованию понятий «слактивизм» и «диванные войны». Так, по нашему мнению, с его смыслового поля, несмотря на сложившуюся традицию, стоит исключить действия пользователей, связанные с получением политической информации и участием в дискуссиях на общественно-политические темы, что изначально не является политической активностью.

Большинство граждан, в том числе и в России, действительно стремятся минимизировать свои усилия по поддержке важных для них и для общества в целом дел. Содержание проблемы слактивизма заключается не в том, что через «умные» гаджеты и скоростной интернет люди стали более ленивы и политически инертны, а в том, что многие из них выбирают онлайн-активность, направленную на решение общественно-политических проблем, которые объективно не могут быть решены с помощью предоставленных интернетом возможностей.

3.3 Протестные движения в РФ и США: основные особенности

Сравнивая протестные движения в России и Соединенных Штатах и роль социальных медиа, как инструмента управления, представляется актуальным начать анализ с 2011 года. Развитие технологий беспроводной мобильной связи и распространение смартфонов изменило образ жизни человека. Количество пользователей мобильного интернета в России постоянно увеличивается, чему способствует рост продаж смартфонов,

треть всех владельцев умных телефонов ежедневно с их помощью входит в сеть. В 2007 году количество пользователей, использующих мобильный доступ, составляло всего 3,6 % от общего числа пользователей, в 2008-м оно увеличилось до 12 %, а в 2011 году достигло уже 18 %.¹¹⁵

Протестные движения в РФ и США, происходящие в период с 2011 года по настоящее время, можно разделить на ряд групп в зависимости от их массовости и причин возникновения (организации). Существуют протесты, организованные по инициативе конкретного лидера, в России ярким примером служит оппозиционный политик Алексей Навальный, акции которого отличаются своей масштабностью, благодаря интернет агитации. «День России: создаём атмосферу нетерпимости к коррупции» – так называется мероприятие в Facebook, понравившееся 4000 тысячам пользователей, и на которое 12 июня 2017 года пришли люди в 145 городах России.¹¹⁶ Несмотря на то, что организатор Алексей Навальный был арестован еще до начала акции в Москве, протесты состоялись и была отмечена небывалая до этого активность молодежи, в том числе младше 18 лет. «Он нам не царь» — одна из масштабных акций протеста, состоявшаяся 5 мая 2018 года и повлекшая за собой множественные аресты.¹¹⁷ Митинги под этим лозунгом проводились во многих крупных городах России в знак протеста против инаугурации Владимира Путина. После появления 14 июня 2018 года законопроекта о пенсионной реформе Навальный и его сторонники первыми подняли протестную волну, провели две акции всероссийского масштаба 1 июля и 9 сентября, а также серию локальных митингов.¹¹⁸

Масштабная волна протестов развернулась против Дональда Трампа с момента его вступления в президентскую кампанию 2016 года. В отличие от движения в России, в США инициатором протестов выступил не конкретный человек, а группа лиц. Крупнейшим организованным выступлением против Трампа был день после его инаугурации, 21 января 2017 года, во время «Женского марша», протестовали миллионы, что стало крупнейшим однодневным протестом в истории Соединенных Штатов. Тереза Шук, уроженка Гавайев,

¹¹⁵ TAdviser Интернет доступ: Рынок России и СНГ / TAdviser URL: [http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Интернет-доступ_\(рынок_России\)](http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Интернет-доступ_(рынок_России)) (дата обращения: 26.11.2018).

¹¹⁶ Мероприятие в Facebook День России: создаём атмосферу нетерпимости к коррупции / URL: <https://www.facebook.com/events/313683972392347/> (дата обращения: 16.02.2019).

¹¹⁷ Meduza Сколько людей вышло 5 мая на улицы? Сколько было задержаний? Карта протестов / Meduza URL: <https://meduza.io/feature/2018/05/07/skolko-lyudey-vyshlo-5-maya-na-ulitsy-skolko-bylo-zaderzhaniy-karta-protestov> (дата обращения: 16.02.2019).

¹¹⁸ Мероприятие в Facebook Москва против повышения пенсионного возраста / URL: <https://www.facebook.com/events/187016232028584/> (дата обращения: 16.02.2019).

первая создала событие в Facebook и пригласила друзей прийти на протестную акцию в Вашингтоне, позднее было создано еще несколько подобных страниц, которые набрали тысячи подписчиков. Авторы событий в Facebook решили объединить их и создать «официальный Марш женщин в Вашингтоне».¹¹⁹ Аксию, посвященную правам женщин, поддержали и другие группы по правам ЛГБТ-сообщества, расового равноправия, свободы вероисповедания и прав трудящихся, а также вопросам, касающимся реформы иммиграционного режима и реформы здравоохранения. Протесты выразили несогласие с риторикой Трампа, его победой на выборах, его инаугурацией, его предполагаемой историей сексуальных проступков и различными действиями в роли президента. Часть акций прошла под лозунгом #NotMyPresident. Акция, которая началась с поста в Facebook, превратилась в крупнейшее международное протестное движение, кроме Вашингтона, марши прошли более чем в шестистах городах по всему миру. Протест, начавшийся после проигрыша кандидата женщины на пост президента США и сексистских высказываний Дональда Трампа, превратился в желание дать голос незащищенным слоям общества. Несмотря на то, что акция получила название «Женский марш», в ней приняли участие все желающие и среди ораторов на митингах было много мужчин.

В январе 2017 года тысячи людей собрались на протест в международном аэропорту имени Джона Кеннеди в Нью-Йорке против «антимигрантского» указа Дональда Трампа, который запрещал въезд в США беженцам и другим посетителям из ряда стран, в основном мусульманских. Расовые волнения в США, вызванные сегрегацией по отношению к этническим группам населения, продолжаются и в XXI веке. Black Lives Matter интернациональное движение активистов, которое выступает против насилия в отношении чернокожего населения и помогает в организации акций протестов. Беспорядки в Фергусоне в 2014, протест в Нью-Йорке в 2014, Волнения в Балтиморе в 2015 все эти масштабные и затяжные акции были вызваны неоправданным применением насилия со сторон полиции по отношению к темнокожему населению. Инциденты с задержанием на улице были засняты на мобильный телефон и опубликован в Twitter и других социальных сетях благодаря чему и разгорелись массовые беспорядки.

Локальные протестные движения существуют и в России, они массово не связаны с политической сферой, это, например, экологические протесты в Подмосковье и позднее

¹¹⁹ Koh, E. Explaining the Women's March on Washington / E. Koh URL: <https://www.mcclatchydc.com/news/politics-government/election/article116642998.html> (дата обращения: 23.04.2019).

других регионах России, начавшиеся из-за сложившейся экологической обстановки. Мусорный кризис в 2018 году возник в связи с проблемой обращения с твёрдыми бытовыми и промышленными отходами, повторяющимися нарушениями требований переработки отходов, повлекших за собой неблагоприятные экологические последствия — в частности, увеличение количества свалок и мусорных полигонов, расположенных в близлежащих к населенным пунктам территориях. В качестве еще одного примера можно привести стихийный митинг в Кемерово с требованием рассказать правду о пожаре в торговом центре «Зимняя вишня». Более 4 тысяч человек провели 7 часов у здания региональной администрации. Основным источником информации для жителей о митинге стали социальные сети и YouTube, в то время как из федеральных СМИ небольшую новость дал только Интерфакс.

Сотни тысяч людей по всему миру выходят на улицы, чтобы выразить свое недовольство. "Протестовать важно, потому что это дает нам надежду, – говорит Эллен Роуланд, которая в середине июля присоединилась к десяткам тысяч других людей и вышла на демонстрацию в Лондоне. – Настроение было столь позитивным, что я в самом деле поверила, что перемены возможны!"¹²⁰

Для примера рассмотрим более подробно два масштабных стихийных движения с похожими методами управления: протестные акции 2011-2012 годов в России и движение Оссиду в США, которое развернулось в тот же период времени. Несмотря на то, что причины их возникновения были различны, протестные движения объединяет похожий сценарий развития. Анализируя процесс формирования акции, следует отметить, что каждый участник способен привнести свои специфические черты. Во многом интересные данные относительно участников «Марша миллионов» в Москве представлены в «Анализе профилей 20000 участников митинга».¹²¹ «Марш миллионов» – акция, состоявшаяся во время многократных массовых политических выступлений граждан России, начавшихся после выборов в Государственную думу VI созыва 4 декабря 2011 года, продолжившихся во время предвыборной кампании президента России и после состоявшихся 4 марта 2012 года выборов, на которых Владимир Путин победил в первом туре.

¹²⁰ Перассо, В. Протесты происходят повсюду, но ничего не меняется. Так есть ли смысл протестовать? / Перассо, В. URL: <https://www.bbc.com/russian/features-44966971> (дата обращения: 28.04.2019).

¹²¹ Суворов, Г. Кто же все-таки был на Болотной и на Сахарова? Анализ профилей 20 000 участников митинга / Суворов, Г. URL: <http://basilisklab.com/boloto-analis-posetitelei.html> (дата обращения: 15.10.2018).

На основании открытых данных, указанных пользователями в своих профилях из тематических групп ВКонтакте и Facebook (всего 19664 и 2500 человек соответственно), были сделаны следующие выводы:¹²²

- большинство участников мужчины (80%) в возрасте от 18 до 28 лет;
- 55% митингующих в возрасте от 21 до 25 лет;
- большинство протестующих имеют высшее образование (77%);
- политические предпочтения – либеральные;
- 67% митингующих не являются религиозными, колеблются с самоидентификацией как представителя той или иной конфессии;
- в браке лишь 24% активистов.

Общий социально-психологический портрет митингующего в России выглядит следующим образом. Это преимущественно: неженатые мужчины 25 лет, с высшим или незаконченным высшим образованием, которые живут в большом городе и длительное время находятся в сети интернет. Скорее всего – нерелигиозные. Проблемы, беспокоящие их больше всего, – собственное развитие и общая политическая ситуация в стране.

Движение «Захвати Уолл-стрит» – это проявление общественного протеста против экономического и социального неравенства, который начался 17 сентября 2011 года в Нью-Йорке и распространился на другие американские города и страны мира. Цель участников акции – перекрытие улицы Уолл-стрит в финансовом центре Нью-Йорка для привлечения общественного внимания к «преступлениям финансовой элиты» и призыв к структурным изменениям в экономике.

Участники движения в США распространяли информацию о своей деятельности и согласовывали свои акции преимущественно через социальные сети (@OccupyWallStNYC в Twitter и Occupy Wall St. в Facebook и Twitter, а также канал на YouTube) и собственный веб-сайт.¹²³ В связи с этим, большинство протестующих было представлено молодыми американцами, и лишь когда их действия стали широко известны, к акции присоединились активисты старшего возраста. 10 октября 2011 года, согласно сообщению Associated Press,

¹²² Важно указать, что основная масса пользователей предпочла не раскрывать то, что считают главным в жизни (64% не заполнили эту графу), и то, что считают главным в людях (63%).

¹²³ Аккаунт Occupy Wall Street NYC в Twitter / URL: <https://twitter.com/OccupyWallStNYC> (дата обращения: 12.02.2019).

Аккаунт Occupy Wall Street в Twitter / URL: <https://twitter.com/OccupyWallSt> (дата обращения: 12.02.2019).

Аккаунт Occupy Wall Street в Facebook / URL: <https://www.facebook.com/OccupyWallSt/> (дата обращения: 12.02.2019).

Официальный веб-сайт Occupy Wall Street / URL: <http://occupywallst.org> (дата обращения: 12.02.2019).

протесты стали привлекательными для людей «независимо от возраста, пола и расовых различий». ¹²⁴ Согласно опросу Baruch College School of Public Affairs, ¹²⁵ опубликованному 19 октября 2011 года, из 1619 опрошенных протестующих в Zuccotti Park: ¹²⁶

- только 33% участников старше 35 лет;
- 76% имели степень бакалавра, а 39% обладатели ученой степени;
- 27,3% опрошенных демократами, 2,4% республиканцы, 70% политически независимые;
- протестующие – представители различных религиозных конфессий;
- 50% из протестующих работает полный рабочий день, 13% безработные и 13% зарабатывают более 75 000 долларов США;
- протестующие были представителями разных рас: 81% белые, 6,8% латиноамериканцы, 2,8% азиаты, 1,6% афроамериканцы и 7,6% идентифицировали себя как «другие».

Таким образом, становятся очевидны общие черты социально-психологического портрета протестующего в США и в России, это преимущественно люди нерелигиозные, без ярко выраженной политической принадлежности и социально устроенные, имеющие образование и постоянную работу. Однако, в Америке протест охватил более широкие круги населения, преодолев гендерные и возрастные границы.

Столкновение участников Марша миллионов в Москве с ОМОН и последующая установка от властей на противодействие любым несогласованным мероприятиям в день инаугурации на время проезда президентского кортежа и официальных мероприятий привели к необходимости организовать в разных частях города акции, которые бы не требовали «постоянного присутствия» и были бы поэтому менее уязвимы перед действиями полиции. Постоянная связь между протестующими осуществлялась по средствам Twitter, Facebook и мессенджеров, доступных на их смартфонах. Присоединившиеся в какой-то момент к акции известные политические деятели и знаменитости, а также их призывы к остальным гражданам через свои блоги, социальные сети и независимые СМИ, привели

¹²⁴ Noveck, J. Wall Street Protesters Want World to Know They're Just Like Us / J. Noveck URL: <https://www.foxnews.com/us/wall-street-protesters-want-world-to-know-theyre-just-like-us> (дата обращения: 12.02.2019).

¹²⁵ Captain, S. The Demographics Of Occupy Wall Street / S. Captain URL: https://www.fastcompany.com/1789018/demographics-occupy-wall-street#disqus_thread (дата обращения: 22.11.2018).

¹²⁶ Парк в Нижнем Манхэттене, расположенный между Либерти- и Сидар-стрит, Тринити-Плейс и Бродвеем.

стихийные группы протестующих к памятнику казахстанского поэта Абая Кунанбаева на Чистопрудном бульваре.

Одна из важных акций за все время протестов 2011-2013 годов в России стала акция, получившая название и хештег #ОккупайАбай. Активисты перефразировали оригинальное название протестного движения Occupy Wall Street, но было адаптировано не только название, но и обратная система функционирования сходна с митингом в Zuccotti Park. Оппозиционеры организовали лагерь, который просуществовал около недели, пока не был разогнан властями. Днём там собиралось до полутора тысяч человек, около сотни оставалось на ночь. Было организовано питание, выпуск газеты, проходили лекции и концерты. Протестующие даже написали открытое письмо действующему мэру Москвы Собянину с приглашением посетить мирный лагерь. Поскольку значительное число активистов было представлено интернет-пользователями, информация об акции получила распространение на многих интернет-ресурсах, а координация и информирование проходили через Twitter, в котором по прошествии недели с начала акций хештеги #ОккупайАбай и #ЧистыеПруды были использованы несколько десятков тысяч раз.

Влияние социальных медиа на формирование самой логики протеста можно было заметить непосредственно во время акций на самодельных плакатах митингующих. Так, в статье Михаила Габовича, посвященной анализу слоганов, использованных протестующими, приводится несколько фотографий, на которых отношение к власти выражено с помощью значков «share» (в контексте — поделиться властью, буквально — «расшарить власть») и «dislike» (неодобрение, то же по отношению к власти).¹²⁷ Участник акции «Оккупай Абай» в качестве плаката выбрал – флаг с лаконичной надписью Facebook, без каких-либо уточнений и комментариев.

Активисты из «Солидарности»¹²⁸ – организаторы первого митинга – вынуждены были разделить полномочия по устройству протестных мероприятий сначала с журналистами, а затем и с гражданскими активистами. Большинство заседаний Оргкомитета проходили под пристальным вниманием общественности, происходящее транслировалось в интернет в режиме реального времени.

Для протестной мобилизации были специально созданы группа в Facebook «Мы

¹²⁷ Gabowitsch, M. Social Media, Mobilisation and Protest Slogans in Moscow and Beyond / M. Gabowitch // Digital Icons: Studies in Russian, Eurasian and Central European New Media. - 2012. № 7. – P. 220-221.

¹²⁸ Объединённое демократическое движение «Солидарность» — российское общественно-политическое движение, объединяющее людей, разделяющих ценности демократии, прав человека, правового государства.

были на Болотной и придем еще»¹²⁹ и аккаунт в Twitter «Россия, вставай!». Сообщество в Facebook было создано 10 декабря 2011 года, непосредственно после проведения первой большой разрешенной протестной акции на Болотной площади — и этот факт отражен в его названии. Изначально главной целью существования сообщества было информирование о митингах, шествиях и прочих акциях протеста, а также обсуждение и координация различных форм протестной активности, — например, сбор денежных средств. Таким образом, эти платформы выступали в качестве информационных, организационных и мобилизационных площадок. В первый месяц существования сообщества к наиболее важному контенту относились, в первую очередь, посты о согласовании митингов: исходя из комментариев к записям, люди были склонны приходить на санкционированные мероприятия, снижая при этом риски.

Команда Независимой исследовательской инициативы провела уличные интервью, согласно которым первичным источником информации, побудившим большинство участников протестных митингов выйти на улицы, были многочисленные свидетельства о массовых фальсификациях выборов, размещенные в интернете. «Интервьюер: От кого и как вы узнали информацию об этом митинге? Информант: Конечно же, Facebook. Интернет. Интервьюер: То есть, Facebook — это был главный ресурс, на который вы опирались? Информант: Да-да, но и также все ролики о фальсификациях, об обстановке и так далее. Естественно, это то, что не показывают по телевизору, потому что оно сплошь государственное, но в наш век свободной информации мы можем получить доступ, достаточно немножко поискать» (мужчина, около 25 лет, высшее образование, фрилансер).¹³⁰

Аккаунт @WakeUpR¹³¹ (40 тысяч подписчиков) в Twitter является аналогом группы «Мы были на Болотной площади и придем еще» в Facebook и ВКонтакте, имеет такой же аватар и ведется теми же модераторами. Основной контент можно разделить на три категории, которые преследуют следующие цели (Приложение 2):

- приглашения прийти на митинг (призывают людей к действию);

¹²⁹ Мероприятие в Facebook «Мы были на Болотной и придем еще» / URL: <https://www.facebook.com/moscow.comes.back/> (дата обращения: 16.02.2019).

¹³⁰ Ваньке, А. Ксенофонтова, И. Тартаковская, И. Интернет-коммуникации как средство и условие политической мобилизации в России (на примере движения «За честные выборы») / Ваньке, А. Ксенофонтова, И. Тартаковская, И. URL: <http://jour.isras.ru/upload/journals/7/articles/4380/submission/original/4380-8134-1-SM.pdf> (дата обращения: 12.02.2019).

¹³¹ Аккаунт Россия, вставай! в Twitter / URL: <https://twitter.com/WakeUpR> (дата обращения: 12.02.2019).

- организационные сообщения (содержат полезную информацию и материалы для тех, кто собирается принять участие в акции);
- освещение митинга с места событий (цитаты новостей дружественных медиаканалов, заметок журналистов, популярных блогеров и обычных пользователей, участвующих в митинге, и ведущих Twitter в режиме реального времени).

В Соединённых Штатах люди чувствуют, что у них есть право и возможность требовать перемен, это приводит к частым масштабным акциям протеста. Движение «Захвати Уолл-стрит» в 2011 году привлекло внимание и нашло отклик не только в США, но и во многих странах мира. В данной акции, как и в описанных выше событиях в России, не существовало ярко выраженного лидера и идеолога. Adbusters, канадская некоммерческая организация, которая в середине 2011 года предложила организовать мирную оккупацию Уолл-стрит в знак протеста против влияния корпораций на демократию, растущего имущественного неравенства и отсутствия ответственности за начало мирового финансового кризиса. Уже позднее в управлении протестным движением приняли активное участие интернет-группа «Анонимус» и несколько крупных профсоюзов, включая Союз транспортных работников, который насчитывает около 40 000 членов.¹³²

Благодаря интернету, движение Оссиру поддержали и в других странах мира. В первые три недели частота использования хештега #OccupyWallStreet в Twitter удваивалась каждые три дня, 53 группы на платформе Facebook к 14 октября поддерживало уже более 62 тысяч человек.¹³³ Поддержку движению оказали и знаменитости как лично, так и онлайн. Некоторые находят спорным, что богатые оказывали поддержку «Захвати Уолл-стрит», но это оправдывалось тем, что они помогали вернуть власть народу. Такие знаменитости как Канье Уэст, Йоко Оно, Марк Руффало и Майкл Мур твитнули и тем самым показали свое одобрение. Движение повторило опыт арабских революций, используя интернет для коммуникации и организации, как альтернативу центральным СМИ, выражающим интересы главных партий страны. Интернет-сервисы чрезвычайно ускорили развитие акции протеста. Кроме того, благодаря им, участники движения стали значительно увереннее в собственном успехе. Телевидение и газеты превратились в пассивных

¹³² RT USA News Occupy Wall Streets gets support from unions / RT USA News URL: <https://www.rt.com/usa/occupy-wall-unions-street-817/> (дата обращения: 25.09.2018).

¹³³ Артемьев, А. Союз демократов и протестующих / Артемьев, А. URL: https://www.gazeta.ru/politics/2011/10/14_a_3800998.shtml (дата обращения: 13.12.2018).

наблюдателей, освещающих события, о которых уже давно всем известно.

Участники движения «возмущённых» в качестве политического слогана использовали термин «Нас 99%» (We are the 99%) — политический лозунг, созданный движением в августе 2011 года, первоначально был запущен как страница блога в Tumblr.¹³⁴ Слоган является отсылкой на расхождения в доходах, богатстве и политической власти между элитой, представляющей собой 1%, и всеми остальными гражданами – 99%. Среди самих протестующих была широко распространена интерпретация этого лозунга как то, что их поддерживает 99% населения.¹³⁵ Несмотря на то, что протесты в России не носили экономический характер и центральный лозунг большинства акций : «За честные выборы!», лозунг американского Оссиру можно встретить и там (Приложение 3).

То, что массы в России и Америке заговорили на одном языке и местами используют одни и те же символы (Приложение 3), знак того, что процессы в обеих странах носят сходный характер. Социальные сети и блогосфера стали общим инструментом массовой мобилизации людей в РФ и США для участия в политической акции. В публичных митингах стали участвовать те, кто политикой раньше почти не интересовался, либо был всего лишь потребителем политической информации. В тот же ряд можно поставить и многие другие страны – сегодняшний язык протестов во многом формировался интернациональным движением Оссиру.

Нежелание признать границы движения повлияло на формирование его коллективного голоса. Отказ движения от представителей и лидеров означал, что отдельные активисты избегали выступать в качестве ораторов Оссиру. Коллективный голос движения появился вместо этого в социальных сетях, где он вступал в разговор с различными участниками. В связи с этим появлялось множество конфликтов относительно того, кто может говорить коллективным голосом и как должен звучать этот голос. Было необходимо решить, кто будет говорить как @OccupyWallSt. Несмотря на все усилия по организации прав таким образом, чтобы уважать ценности инклюзивности и прямого участия, характеризующие движение, доступ к коллективному голосу был предоставлен лишь нескольким активистам (оргкомитету, как и в России). В руководящих принципах содержится призыв к активистам избегать заявлений через призму «Я» и не проводить

¹³⁴ Аккаунт We are 99% в Tumblr / URL: <https://anilbhattarai-blog.tumblr.com/> (дата обращения: 01.05.2019).

¹³⁵ Корреспондент.net Фотогалерея: Нас 99%. В мире прошли протесты против существующей финансовой системы / Корреспондент.net URL: <https://korrespondent.net/world/1272851-fotogalereya-nas-99-v-mire-proshli-protesty-protiv-sushchestvuyushchej-finansovoj-sistemy> (дата обращения: 22.11.2018).

различий между последователями социальных сетей и основными оккупантами, что хорошо видно в Приложении 2, в аккаунтах двух стран используется «мы». Тем не менее, конфликты по поводу административных прав были частыми, что свидетельствует о трудных переговорах, которые необходимы для того, чтобы движение обрело свой голос.

В обоих случаях страницы в Facebook использовались, чтобы сплотить общественность, получить обратную связь от участников и построить настроение солидарности. В то же время технические и медиа-активисты в США создали альтернативные печатные издания протестного движения, такие как *Occupied Wall Street Journal*, и автономные технологические инфраструктуры, такие как платформы *NYCGA.net* и *InterOccupy.net*. Именно это послужило примером для протестующих ОккупайАбай в России. Активисты управляли круглосуточными трансляциями, такими как *Globalrevolution.tv*, которые в дни важных событий собирали более 80 тысяч уникальных зрителей.¹³⁶ Возможно, без созданных пользователями и не принадлежащих корпорациям средств массовой информации движение Оссиру не получило бы поддержку такого масштаба.

Традиционные средства массовой информации, как уже отмечалось ранее, в обеих странах сначала уделяли освещению протестов незначительное внимание, что можно объяснить следующими причинами: нежелание обострять свои отношения с властью и отнесение протестных акций к событиям, которые не могут заинтересовать общественность, ведь сначала акции движения проходили мирно, без столкновений с полицией и без каких-либо политических последствий. Ситуация изменилась, когда полиция начала очищать парки от палаточных городков в США и арестовывать участников массовых митингов в России. Это позволило протестующим движения Оссиру в Америке распространить по всему миру фотографии, на которых полиция арестовывает, применяет перцовый газ и бьет дубинками мирных активистов. Эти снимки продемонстрировали нарушение демократических свобод в США, они привлекли к движению больше участников, а затем и внимание прессы по всему миру.¹³⁷ События в России освещались в основном в негосударственных российских СМИ, например, на телеканале Дождь, и некоторых медиа каналах за рубежом.

¹³⁶ Costanza-Chock, S *Mic Check! Media Cultures and the Occupy Movement* / S. Costanza-Chock // *Social Movement Studies*. – 2012. № 3-4. – P. 382.

¹³⁷ Бекренева, А. Участники движения «Оккупируй Уолл-стрит» намерены свернуть палаточные лагеря до весны / Бекренева, А. URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/509025> (дата обращения: 12.02.2019).

Реакция властей на акции протеста является неоднозначной. В общем правительства стран стараются меньше реагировать, так как именно негативный отклик, преследования, препятствование свободному высказыванию граждан может привлечь большое внимание к протестующим. Конечно, достаточно часто демонстрантов арестовывали, объясняя подобные меры несанкционированностью акций протеста, хулиганскими действиями, блокированием проезжей части, стремлением прорваться в финансовые учреждения, однако протестующих довольно быстро отпускали. Власти как в США, так и в России пытались избавиться от палаточных городков, разбирая их под предлогом борьбы за чистоту.

Боролись с протестами и в информационном пространстве, объясняя свои действия объективными обстоятельствами, обращаясь к здравому смыслу населения. Эта вторичная политическая реакция на акции, возможно, связана с безуспешными попытками политиков абсорбировать протест в системный истеблишмент. Такого рода абсорбция, скорее всего, обречена на неудачу, поскольку рекрутирование участников протеста в системные организации приводит к расколам и умножению недовольных.¹³⁸ Ярким примером взаимодействия правительства и российских оппозиционеров послужило письмо, направленное заместителем начальника Управления ФСБ по Санкт-Петербургу А. В. Ручьевым, в адрес создателя и руководителя социальной сети ВКонтакте Павла Дурова. В нем содержалась просьба заблокировать пять сообществ и две встречи, которые посвящены организации акций протеста.¹³⁹ В России после активной агитации митингующих в социальных медиа правительство взяло курс на ужесточение законодательства в области СМИ, регулировании интернета и электронных платежей, деятельности НКО, проведения митингов, действий добровольцев и независимых наблюдателей.

События в России и движение Occupy Wall Street в США, безусловно, похожи по своей форме, несмотря на то что преследовали разные цели. Требования участников акции Occupy Wall Street более социальные, там люди выражали свой протест против политики властей, против гегемонии банков и против сложившейся социально-экономической системы в целом. В России же протесты были связаны с переВыборами действующей

¹³⁸ Бараш, Р. Э. Системно-коммуникативная теория протеста: протест как «альтернатива без альтернативы» / Р. Э. Бараш // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. - 2018. № 3. - С. 135.

¹³⁹ Башарова, С. «Зарегистрируйся – и общайся» / Башарова, С. URL: <http://www.newizv.ru/society/2011-12-09/155988-zaregistrirujsja-i-obshajsja.html> (дата обращения: 25.09.2018).

власти. В обеих странах это – самоуправляемое движение с горизонтальной структурой без лидеров, где все решения принимаются путем голосования большинства. В начале протестующие были в основном молодыми, по мере разрастания протеста, люди более старшего возраста также стали участвовать. Уникальность этих протестных движений, проходивших в 2011–2012 годах, — в скорости распространения и масштабности. Повсеместное распространение интернета предоставило новые и многообразные инструменты, что означает большие возможности для протестующих. Многочисленные акции протеста подтверждают эффективность социальных сетей, мессенджеров, микроблогов и медиасервисов, как инструмента управления протестными кампаниями. Социальные медиа побуждали протестующих к действию, ускорив процесс создания движения и увеличивая давление на правительство. При помощи сети интернет участники митингов создали новые инструменты информирования, организации и сбора средств. Интернет стал не только средой для обсуждения и формирования протестных настроений, но и мощнейшим инструментом для эффективного управления и краудсорсинга.

Заключение

Медиа как важная часть жизни информационного общества, представляют собой весьма сложное и противоречивое явление социума и, соответственно, требуют объективного изучения и всестороннего анализа. С конца XX века стремительное развитие и доминирование технологических факторов явилось достаточным стимулом для комплексного изучения данной проблематики зарубежными исследователями. Социальные медиа в интернете представляют собой термин, характеризующий разнообразную активность по формированию и обмену информацией, в которой участвуют множество акторов, с использованием сети интернет.

Результаты проведенного исследования свидетельствуют о том, что социальные медиа оказывают значительное влияние на интернет-пользователей, благодаря преимуществам социальных сетей специалисты в сфере связей с общественностью получили возможность доступа к очень важным способам влияния на восприятие потенциальных потребителей, а также процесс принятия решения. Политическая жизнь демократических стран находится в постоянной динамике и борьбе между различными политическими силами. Пытаясь сохранить свое влияние на общество, правящие круги пытаются взять СМИ под свой контроль и положить на них функции социального контроля и политического влияния.

В информационную эру различные виды социальных движений (за охрану окружающей среды, за женские права, за этническую идентичность, религиозные, националистические, культурные и др.) управляются через интернет. Социальные медиа становятся материальным базисом для мобилизации сторонников определенных идей и интересов. Организаторы протестных движений в интернете приобрели возможность координировать действия сторонников и создавать хорошо организованные акции протеста. Движения, которые возникают в сети, трудно контролировать государству, поскольку их практически невозможно дезорганизовать или захватить.

Общество, являясь базовым элементом политической системы, выдвигает к государственному механизму определенные требования, и в зависимости от социально-политической и экономической конъюнктуры имеет определенный уровень ожиданий. Соответствие реалий этим ожиданиям и определяет уровень протестного потенциала общества. В современной политической науке устоявшихся традиций исследования феномена протеста до сих пор нет. Но говорить о полном отсутствии наработок тоже не

стоит. Западные политические и социологические науки произвели несколько теоретических подходов данной сфере, причин его возникновения и возможностей влиять на реальные политические процессы.

Коллективные идентичности мотивируют потенциальных участников протеста к действиям, обеспечивая их ощущением внутригрупповой солидарности и оппозиционным осознанием «мы» против. Коммуникация является основным инструментом построения такой идентичности, общение может происходить вживую и через социальные медиа, которые значительно упрощают и ускоряют процесс передачи информации.

Масштабность протестной деятельности в современном мире ставит перед государством задачу разработать план сотрудничества ради общего блага – организации нового типа общественной жизни, который бы учитывал интересы различных групп населения, а не только тех, кто представлен во власти. Необходима консолидация различных этнических сообществ, языковых групп, конфессий, а все граждане должны иметь возможность идентифицироваться с политической культурой собственной страны в равной степени, независимо от их других идентификаций.

Новые движения, как правило, не существуют в традиционном виде организаций, принадлежность к которым всегда носит более или менее форматизированный характер (правила членства, устав, программа), но охватывают широчайшие сферы коммуникации и культуры. При этом границы протестных движений остаются предельно размытыми, далеко не всегда можно обнаружить интегрированное «сообщество-враг», которое бы противостояло тому или иному протестующему сообществу в виде реальной группы или коллектива. Невозможно четко определить, обусловлено ли общее возмущение только некоторыми политическими решениями, исключительно экономическими условиями, экологической ситуацией, или за ними стоят некоторые личные депривации, не востребованность в традиционных сообществах и коллективах.

Уникальность протестных акций, прошедших в России и США в 2011-2012 годах, объясняется новым методом управления. Социальные сети обеспечили небывалый масштаб протестов, побудив к действию новые слои населения, ранее не принимавшие активного участия в политической жизни страны. Управление митингами через интернет и мессенджеры значительно ускорило процесс создания движений и увеличило уровень давления на правительство. Конечно, протесты продолжили бы происходить и без интернета, но новые медиа позволили им развиваться с молниеносной скоростью за пределы одного города или даже государства и приковали к ним полное внимание мировой

общественности. Современные протестные кампании включают целый ряд электронных элементов управления: странички мероприятий в социальных сетях с тысячами подписчиков; популярные «хештеги»; аккаунты в Twitter, где публикуются обновления в реальном времени; возможность сделать пожертвования кампаниям; организация онлайн-трансляций и многое другое. В сети интернет участники протестных действий продуктивно используют новые инструменты для призывов и агитации.

На основании проведенного исследования по анализу сетевой протестной активности можно предположить, что в будущем появится принципиально новая форма проявления гражданских инициатив через рост интенсивности сетевых взаимодействий, которая способна привлечь широкие слои населения к протестной риторике. Принято считать, что слактивизм популярен среди молодого поколения, которое проводит в интернете значительную часть свободного времени. Политика в общественном сознании постепенно трансформируется в еще одно увлечение, технологическая индивидуализация свободного времени привела к образованию виртуальной реальности, где основная борьба происходит в блогах, где существует абсолютная свобода слова.

Очевидно, что сейчас именно в интернете координируются акции протеста по всему миру. Социальные медиа стали не только средой для обсуждения и формирования протестных настроений, но и мощнейшим инструментом для эффективного управления протестом. Информация распространяется мгновенно, при этом идентифицировать настоящего автора исходного сообщения с приглашением на митинг или призывом к какой-либо форме протеста практически невозможно, что дает основу для расцвета провокаций. Технологии противодействия подобной активности в интернете еще не до конца сформировались и оформились, однако уже сейчас стоит признать, что борьба с революционным интернетом со стороны государства ведется достаточно активно. В отсутствие у сетевых движений единой организации или ярко выраженного лидера есть недостатки и для самих активистов, невозможно вести переговоры с властью для поиска компромиссного решения, так как отсутствуют четкие цели и требования. Подобные провокации опять же могут привести к тому, что мирный протест перерастет в насильственный, или же к тому, что люди придут не в то место, в которое их хотели позвать организаторы. В эту эпоху протестующим необходимо быть более осторожными и, прежде чем присоединиться к какой-либо акции, разобраться, кто на самом деле распространяет о ней сообщения.

Список источников и литературы

Аккаунты в социальных медиа

1. Аккаунт Дмитрия Медведева в Twitter / URL: <https://twitter.com/MedvedevRussia> (дата обращения: 12.02.2019).
2. Аккаунт Дональда Трампа в Facebook / URL: <https://www.facebook.com/DonaldTrump/> (дата обращения: 05.04.2019).
3. Аккаунт Дональда Трампа в Twitter / URL: <https://twitter.com/realDonaldTrump> (дата обращения: 12.03.2019).
4. Аккаунт Россия, вставай! в Twitter / URL: <https://twitter.com/WakeUpR> (дата обращения: 12.02.2019).
5. Аккаунт Хиллари Клинтон в Facebook / URL: <https://www.facebook.com/hillaryclinton/> (дата обращения: 05.04.2019).
6. Аккаунт Окупу Wall Street в Facebook / URL: <https://www.facebook.com/OccupyWallSt/> (дата обращения: 12.02.2019).
7. Аккаунт Окупу Wall Street в Twitter / URL: <https://twitter.com/OccupyWallSt> (дата обращения: 12.02.2019).
8. Аккаунт Окупу Wall Street NYC в Twitter / URL: <https://twitter.com/OccupyWallStNYC> (дата обращения: 12.02.2019).
9. Аккаунт We are 99% в Tumblr / URL: <https://anilbhattarai-blog.tumblr.com/> (дата обращения: 01.05.2019).
10. Мероприятие в Facebook День России: создаём атмосферу нетерпимости к коррупции / URL: <https://www.facebook.com/events/313683972392347/> (дата обращения: 16.02.2019).
11. Мероприятие в Facebook «Мы были на Болотной и придем еще» / URL: <https://www.facebook.com/moscow.comes.back/> (дата обращения: 16.02.2019).
12. Мероприятие в Facebook Москва против повышения пенсионного возраста / URL: <https://www.facebook.com/events/187016232028584/> (дата обращения: 16.02.2019).
13. Мероприятие в Facebook Он нам не Димон: требуем ответов на улице / URL: <https://www.facebook.com/events/1860803440858828/> (дата обращения: 16.02.2019).

Новостные ресурсы

14. Артемьев, А. Союз демократов и протестующих / Артемьев, А. URL: https://www.gazeta.ru/politics/2011/10/14_a_3800998.shtml (дата обращения: 13.12.2018).
15. Башарова, С. «Зарегистрируйся – и общайся» / Башарова, С. <http://www.newizv.ru/society/2011-12-09/155988-zaregistriruj-sja-i-obshajsja.html> (дата обращения: 25.09.2018).
16. Бекренева, А. Участники движения «Окупируй Уолл-стрит» намерены свернуть палаточные лагеря до весны / Бекренева, А. URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/509025> (дата обращения: 12.02.2019).
17. Дергачев, В. Большинство россиян отказались митинговать ради изменений к лучшему / Дергачев, В. URL: <https://www.rbc.ru/politics/13/02/2019/5c62a4a39a7947ddd78086ff> (дата обращения: 05.03.2019).
18. Корреспондент.net Фотогалерея: Нас 99%. В мире прошли протесты против существующей финансовой системы / Корреспондент.net URL: <https://korrespondent.net/world/1272851-fotogalereya-nas-99-v-mire-proshli-protesty-protiv-sushchestvuyushchej-finansovoj-sistemy> (дата обращения: 22.11.2018).
19. РИА Новости Погода в Оттаве: В столице Канады ввели режим ЧС из-за ожидаемых сильных дождей / РИА Новости URL: https://news.rambler.ru/weather/42099270/?utm_content=rnews&utm_medium=read_more&utm_source=copylink (дата обращения: 01.05.2019).
20. РИА Новости США не будут строить "Звезду Смерти" вопреки просьбе тысяч американцев / РИА Новости URL: <https://ria.ru/20130112/917828858.html> (дата обращения: 19.03.2019).
21. Уэллс, Д. Twitter признался в завышении числа пользователей / Уэллс, Д. URL: <https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2017/10/26/739559-twitter-zavishenii-polzovatelei> (дата обращения: 07.03.2019).
22. BBC News Кто взломал старый сайт российского МИДа? / BBC News URL: <https://www.bbc.com/russian/news-37746275> (дата обращения: 06.03.2019).

23. CBS Interactive Inc How Facebook ads helped elect Trump / CBS Interactive Inc URL: <https://www.cbsnews.com/news/how-facebook-ads-helped-elect-trump/> (дата обращения: 30.01.2019).
24. Meduza Сколько людей вышло 5 мая на улицы? Сколько было задержаний? Карта протестов / Meduza URL: <https://meduza.io/feature/2018/05/07/skolko-lyudey-vyshlo-5-maya-na-ulitsy-skolko-bylo-zaderzhaniy-karta-protestov> (дата обращения: 16.02.2019).
25. Noveck, J. Wall Street Protesters Want World to Know They're Just Like Us / J. Noveck URL: <https://www.foxnews.com/us/wall-street-protesters-want-world-to-know-theyre-just-like-us> (дата обращения: 12.02.2019).
26. RT USA News Occupy Wall Streets gets support from unions / RT USA News URL: <https://www.rt.com/usa/occupy-wall-unions-street-817/> (дата обращения: 25.09.2018).
27. Stuff Limited Donald Trump inauguration: Celebrities share their opinions / Stuff Limited URL: <https://www.stuff.co.nz/entertainment/celebrities/88641988/donald-trump-inauguration-celebrities-share-reaction> (дата обращения: 12.02.2019).

Источники

28. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) 17.09.2018 провел опрос, о том "Пользуетесь ли Вы интернетом, и если да, то, как часто?" / ВЦИОМ URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9322> (дата обращения: 08.02.2018).
29. Официальный веб-сайт Occupy Wall Street / URL: <http://occupywallst.org> (дата обращения: 12.02.2019).
30. Федеральный Закон № 139-ФЗ от 28 июля 2012 г. «О внесении изменений в Федеральный закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» и отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросу ограничения доступа к противоправной информации в сети Интернет» / URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_133282/ (дата обращения: 10.02.2019).
31. Федеральный Закон № 149-ФЗ от 27 июля 2006 г. «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» / URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/ (дата обращения: 10.02.2019).

32. Федеральный Закон № 187-ФЗ от 2 июля 2013 г. «О внесении изменений в законодательные акты Российской Федерации по вопросам защиты интеллектуальных прав в информационно-телекоммуникационных сетях» / URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_148497/ (дата обращения: 10.02.2019).
33. Федеральный Закон № 398-ФЗ от 28 декабря 2013 г. «О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»» / URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_156518/ (дата обращения: 10.02.2019).
34. Center for Social and Labor Research Ukrainian Protest and Coercion Data Project / CSLR URL: <https://cslr.org.ua/en/ukrainian-protest-and-coercion-data-project/> (дата обращения: 15.11.2018) / URL: (дата обращения: 08.02.2018).
35. Children's Internet Protection Act (CIPA) / URL: https://www.fcc.gov/sites/default/files/childrens_internet_protection_act_cipa.pdf (дата обращения: 10.02.2019).
36. Communications Assistance for Law Enforcement Act (CALEA) / URL: <https://www.fcc.gov/public-safety-and-homeland-security/policy-and-licensing-division/general/communications-assistance#block-menu-block-4> (дата обращения: 10.02.2019).
37. Cybersecurity Information Sharing Act (CISA) / URL: https://www.us-cert.gov/sites/default/files/ais_files/CISA_FAQs.pdf (дата обращения: 10.02.2019).
38. Digital Millennium Copyright Act / URL: <https://www.copyright.gov/legislation/dmca.pdf> (дата обращения: 10.02.2019).
39. Internet World Stats European Internet Statistics / Internet World Stats URL: <https://www.internetworldstats.com/europa2.htm#ru> (дата обращения: 03.02.2019).
40. Internet World Stats North America Internet Statistics / Internet World Stats URL: <https://www.internetworldstats.com/america.htm#us> (дата обращения: 03.02.2019).
41. Internet World Stats Top 20 countries with the highest number of internet users / Internet World Stats URL: <https://www.internetworldstats.com/top20.htm> (дата обращения: 03.02.2019).
42. Invisible Children KONY 2012 / Invisible Children URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Y4MnpzG5Sqc> (дата обращения: 15.02.2019).

43. NATO Strategic Communications Centre of Excellence Riga, Latvia Internet Trolling as a hybrid warfare tool: the case of Latvia / NATO Strategic Communications Centre of Excellence Riga, Latvia URL: <https://www.stratcomcoe.org/internet-trolling-hybrid-warfare-tool-case-latvia-0> (дата обращения: 26.09.2018).
44. Taking Additional Steps to Address the National Emergency with Respect to Significant Malicious Cyber-Enabled Activities / URL: <https://www.federalregister.gov/documents/2017/01/03/2016-31922/taking-additional-steps-to-address-the-national-emergency-with-respect-to-significant-malicious> (дата обращения: 10.02.2019).

Литература

45. Абцешко, Н. В. Тимошевич, Е. В. Влияние СМИ на общественное мнение / Абцешко, Н. В. Тимошевич, Е. В. URL: <http://mic.org.ru/18-nomer-2016/580-vliyanie-smi-na-obshchestvennoe-mnenie> (дата обращения: 03.11.2018).
46. Агейчев, А. С. Законодательство в сфере интернет-коммуникаций: Российский и международный опыт / А. С. Агейчев // COMPARATIVE POLITICS. - 2016. № 2 (23). – С. 73-84.
47. Бараш, Р. Э. Системно-коммуникативная теория протеста: протест как «альтернатива без альтернативы» / Р. Э. Бараш // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. - 2018. № 3. – С. 123-138.
48. Бикбов, А. Методология исследования «внезапного» уличного активизма (Российские митинги и уличные лагеря, декабрь 2011 – июнь 2012) / А. Бикбов // Laboratorium. - 2012. № 2. – С. 130-163.
49. Брекенридж, Д. PR 2.0: новые медиа, новые аудитории, новые инструменты / Брекенридж, Д. - М.: Эксмо, 2010, – 272 с.
50. Будолак, М. С. Понятие «Социальные медиа» / М. С. Будолак // Петербургская школа PR: от теории к практике. - 2009. № 7. – С 15–23.
51. Быков, И. А. Интернет-технологии в связях с общественностью / Быков, И. А. URL: http://bykov.socionet.ru/public/Bykov_InternetTechPR.html (дата обращения: 23.04.2018).

52. Быков, И. А. Копилефт и технологии вирусного маркетинга в интернете / Быков, И. А. URL: http://bykov.socionet.ru/public/Bykov_CopyLeft_2009.html (дата обращения: 23.04.2018).
53. Ваньке, А. Ксенофонтова, И. Тартаковская, И. Интернет-коммуникации как средство и условие политической мобилизации в России (на примере движения «За честные выборы») / Ваньке, А. Ксенофонтова, И. Тартаковская, И. URL: <http://jour.isras.ru/upload/journals/7/articles/4380/submission/original/4380-8134-1-SM.pdf> (дата обращения: 12.02.2019).
54. Варганова, Е. Л. Чем управляют менеджеры СМИ? О природе современного медиаменеджмента / Варганова, Е. Л. URL: <http://www.mediascope.ru/чем-управляют-менеджеры-сми-о-природе-современного-медиаменеджмента> (дата обращения: 03.11.2018).
55. Виды социальных сетей: классификация и представители / URL: <https://darksiteofmarketing.com/stati/vidy-socialnyh-setei-klassifikacija-i-predstaviteli.html> (дата обращения: 21.04.2018).
56. Волков, Д. А. Протестные митинги в России конца 2011 — начала 2012 гг.: запрос на демократизацию политических институтов / Д. А. Волков // Вестник общественного мнения. - 2012. № 2. – С. 73-86.
57. Волков, Д. Протестное движение в России в конце 2011-2012 гг. / Волков, Д. URL: www.levada.ru/books/protestnoe-dvizhenie-v-rossii-v-kontse-2011-2012-gg (дата обращения: 14.12.2018).
58. Гарр, Т. Р. Почему люди бунтуют / Гарр, Т. Р. - СПб: Питер, 2015, – 461 с.
59. Грищук, Р. В. Синергия информационных и кибернетических действий / Р. В. Грищук, Ю. Г. Даник // Труды университета. - 2014. № 6 (127). – С. 132–143.
60. Грищук, Р. В. Технологические аспекты информационного противоборства на современном этапе / Р. В. Грищук, И. А. Канкин, В. В. Охримчук // Защита информации. - 2015. № 1 – С. 80-104.
61. Дзялошинский, И. М. СМИ и общественные институты: перспективы взаимодействия / Дзялошинский, И. М. URL: www.mediascope.ru/node/223 (дата обращения: 03.11.2018).
62. Жаркова, Е. В «ОккупайАбай» борьба с Путиным примирила либералов, левых и националистов (ФОТО) / Жаркова, Е. В URL: <https://newdaynews.ru/moskow/386535.html> (дата обращения: 12.02.2019).

63. Здравомыслова, Е. А. Социологические подходы к анализу общественных движений / Е. А. Здравомыслова // Социологические исследования. - 1990. №7. – С. 88-94.
64. Коэн, Дж. Л. Арато, Э. Гражданское общество и политическая теория / Коэн, Дж. Л. Арато, Э. - М.: Издательство «Весь мир», 2003. – 784 с.
65. Крыштановская, О. Цифровая социология и изучение элиты в России / Крыштановская, О. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=1423#sten> (дата обращения: 08.02.2018).
66. Лашманкин, А. Социальные сети и протестные акции против фальсификации выборов в Самаре: версия наблюдателя / А. Лашманкин // Digital Icons: Studies in Russian, Eurasian and Central European New Media. – 2012. № 7. – С. 205-211.
67. Лебон, Г. Психология народов и масс / Лебон, Г. - М.: Академический проект, 2015. – 239 с.
68. Лиллекер, Д. Политическая коммуникация. Ключевые концепты / Лиллекер, Д. - Х.: Гуманитарный Центр, 2010. – 300 с.
69. Нестеров, В. Ю. К вопросу об эмоциональной насыщенности межличностных коммуникаций в Интернете / Нестеров, В. Ю. URL: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/netemotions> (дата обращения: 14.09.2018).
70. Олпорт, Г. Становление личности: Избранные труды / Олпорт, Г. - М.: Смысл, 2002. – 462 с.
71. Олсон, М. Логика коллективного действия: общественные блага и теория групп / Олсон, М. – М.: Фонд Экономической Инициативы, 1995. – 165 с.
72. Ольшанский, Д. Психология масс / Ольшанский, Д. - СПб.: Питер, 2002. – 368 с.
73. Панарин, И. Н. Технология информационной войны / Панарин, И. Н. - М.: «КСП +», 2003. – 320 с.
74. Перассо, В. Протесты происходят повсюду, но ничего не меняется. Так есть ли смысл протестовать? / Перассо, В. URL: <https://www.bbc.com/russian/features-44966971> (дата обращения: 28.04.2019).
75. Путин, В. В. Россия в меняющемся мире: преемственность приоритетов и новые возможности / Путин, В. В. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/rossiya-v-menyayuschemsya-mire-preemstvennost-prioritetov-i-novye-vozmozhnosti> (дата обращения: 19.03.2019).

76. Сергеева, Ю. Вся статистика интернета на 2019 год – в мире и в России / Сергеева, Ю. URL: <https://www.web-canape.ru/business/vsya-statistika-interneta-na-2019-god-v-mire-i-v-gossii/> (дата обращения: 07.03.2019).
77. Сергеева, Ю. Интернет 2017–2018 в мире и в России: статистика и тренды / Сергеева, Ю. URL: <https://www.web-canape.ru/business/internet-2017-2018-v-mire-i-v-gossii-statistika-i-trendy/> (дата обращения: 07.03.2019).
78. Смелзер, Н. Социология (учебник) / Смелзер, Н. - М.: Феникс, 1994. — 688 с.
79. Суворов, Г. Кто же все-таки был на Болотной и на Сахарова? Анализ профилей 20 000 участников митинга / Суворов, Г. URL: <http://basilisklab.com/boloto-analis-posetitelei.html> (дата обращения: 15.10.2018).
80. Тараненко, Н. Н. К вопросу организации массовых беспорядков / Н. Н. Тараненко // Вестник НТУУ «КПИ». Политология. Социология. Право. - 2016. № 3 (19). – С. 158-171.
81. Тоффлер, Э. Метаморфозы власти / Тоффлер, Э. - М.: ООО «Издательство АСТ», 2003. – 669 с.
82. Турен, А. Возвращение человека действующего. Очерк социологии / Турен, А. – М.: Научный мир, 1998. – 204 с.
83. 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. 3-12.
84. Хабермас, Ю. Техника и наука как «идеология» / Хабермас, Ю. - М.: Праксис, 2007, – 208 с.
85. Черненко, Е. Агентство национальной дезинформации США / Черненко, Е. URL: <http://kommersant.ru/doc/2009289> (дата обращения: 14.05.2018).
86. Черненко, Е. Разведка ботом СВР займется социальными сетями / Черненко, Е. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/2009289> (дата обращения: 14.05.2018).
87. Чугунов, А. В. Опыт проведения массовых онлайн-опросов (на примере США) / Чугунов, А. В. URL: <http://ecsocman.hse.ru/text/16216589/> (дата обращения: 05.04.2019).
88. Шестакова, К. Почему мобильный интернет в России намного лучше США / Шестакова, К. URL: <https://www.iphones.ru/iNotes/770607> (дата обращения: 03.02.2019).

89. Ясперс, К. Современная техника. Новая технократическая волна на Западе/ К. Ясперс/ Новая технократическая волна на Западе. Сборник статей /под ред. М. И. Левина. - М.: Прогресс, 1986. – 450 с.
90. Alexeev, M. Beyond the Polls: Google Queries and Public Protest Volatility in Russia / M. Alexeev URL: <http://www.ponarseurasia.org/memo/beyond-polls-google-queries-and-public-protest-volatility-russia> (дата обращения: 29.10.2018).
91. Anderson, T. The 3 Types of Social Media Strategy / T. Anderson URL: <https://www.socialmediatoday.com/content/3-types-social-media-strategy> (дата обращения: 27.09.2018).
92. Bagguley, P. The Limits of Repertoires and Protest Event Data for the Analysis of Contemporary Feminism / P. Bagguley // *Politics & Gender*. - 2010. №4. – P. 616-622.
93. Captain, S. The Demographics Of Occupy Wall Street / S. Captain URL: <https://www.fastcompany.com/1789018/demographics-occupy-wall-street> (дата обращения: 22.11.2018).
94. Carneiro, H. A. Mylonakis, E. Google Trends: A Web-Based Tool for Real-Time Surveillance of Disease Outbreaks / H. A. Carneiro E. Mylonakis // *Infectious Diseases Society of America*. - 2009. № 49 (10). – P. 1557-1564.
95. Castells, M. *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age* / M. Castells - Cambridge: Polity Press, 2012. – 200 p.
96. Christensen, H. S. Political Activities on the Internet: Slacktivism or Political Participation by other Means? / H. S. Christensen // *First Monday*. - 2011. № 2. – P. 1-10.
97. Christensen, H. S. Simply Slacktivism? Internet Participation in Finland / H. S. Christensen // *JeDEM-eJournal of eDemocracy and Open Government*. - 2012. № 4 (1). – P. 1-23.
98. Costanza-Chock, S *Mic Check! Media Cultures and the Occupy Movement* / S. Costanza-Chock // *Social Movement Studies*. – 2012. № 3-4. – P. 375-385.
99. Della Porta, D. Global-Net for Global Movements? A Network of Networks for a Movement of Movements / D. Della Porta, L. Mosca // *Journal of Public Policy*. - 2005. №1. – P. 165-190.
100. Diani, M. Organizations, Coalitions, and Movements / M. Diani, I. Bison. // *Theory and Society*. -2004. №3/4 – P. 281-309.
101. Ekman, J. Political Participation and Civic Engagement: Towards A New Typology / J. Ekman, E. Amna // *Human Affairs*. - 2009. Vol. 22. – P. 283-300.

102. Gabowitsch, M. Social Media, Mobilisation and Protest Slogans in Moscow and Beyond / M. Gabowitch // Digital Icons: Studies in Russian, Eurasian and Central European New Media. - 2012. № 7. – P. 213-225.
103. Gamson, W. Reflections on «The Strategy of Social Protest» / W. Gamson // Sociological Forum. - 1989. №3. – P. 455-467.
104. Koh, E. Explaining the Women's March on Washington / E. Koh URL: <https://www.mcclatchydc.com/news/politics-government/election/article116642998.html> (дата обращения: 23.04.2019)
105. Koopmans, R. Rucht, D. Protest Event Analysis and It's Offspring/ R. Koopmans, D. Rucht // Methodological Practices in Social Movement Research/ ed.: B. Klandermans, S. Staggenborg. - Minneapolis: Minnesota University Press, 2014. – P. 335-367.
106. McAdam, D. The Biographical Consequences of Activism / D. McAdam // American Sociological Review. - 1989. №5. – P. 744-760.
107. McCarthy, J. Resource Mobilization and Social Movements / J. McCarthy, M. Zald. // American Journal of Sociology. - 1977. №6. – P. 1212-1241.
108. Miller, D. The Internet: an ethnographic approach / D. Miller, D. Slater - Oxford: Berg Publishers, 2001. – 227 p.
109. Moore, CT 5 Reasons Why Social Media Failed You / CT Moore URL: <http://www.revenews.com/ctmoore/5-reason-why-social-media-failed-you/> (дата обращения: 26.09.2018).
110. Morozov, E. The Net Delusion – The Dark Side of Internet Freedom / E. Morozov - N. Y.: Public Affairs, 2012. – 448 p.
111. Ortiz, I. Burke, S. Berrada, M. Saenz H. C. World Protests 2006-2013 / I. Ortiz, S. Burke, M. Berrada URL: http://policydialogue.org/publications/working_papers/world_protests_2006-2013/ (дата обращения: 15.11.2018).
112. Shannon, P. How To Develop a Social Media Strategy: A Roadmap for Integration / P. Shannon URL: <http://www.draganvaragic.com/en/social-media-strategy-templates-recommendations/> (дата обращения: 13.12.2018).
113. Shirky, C. The Political Power of Social Media: Technology, the Public Sphere, and Political Change / C. Shirky // Foreign Affairs. - 2011. № 1. – P. 28-41.
114. Stouffer, S. An Analysis of Conflicting Social Norms / S. Stouffer // American Sociological Review. - 1949. № 14. – P. 707-717.

115. TAdviser Интернет доступ: Рынок России и СНГ / TAdviser URL: [http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Интернет-доступ_\(рынок_России\)](http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Интернет-доступ_(рынок_России)) (дата обращения: 26.11.2018).
116. Turner, R. H. Self and other in moral judgment / R. H. Turner //American Sociological Review. - 1954. № 3. –P. 249-259.
117. Urry, J. Sociology Beyond Societies: Mobilities for the Twenty-first Century / J. Urry - N. Y.: Routledge, 2012. – 272 p.
118. Verba, S. Participation in America: Political Democracy and Social Equality / S. Verba, N. H. Nie – Chicago: University of Chicago Press, 1987. – 452 p.
119. Weinberg, T. Social Media Strategy from A to Z / T. Weinberg URL: <http://www.techipedia.com/2010/social-media-strategy-a-z/> (дата обращения: 13.12.2018).
120. White, M. Clicktivism is ruining leftist activism / M. White. URL: www.guardian.co.uk/commentisfree/2010/aug/12/clicktivism-ruining-leftist-activism (дата обращения: 19.12.2018).

Приложения

Приложение 1

Критерии	РФ		США	
	Число пользователей	% от населения	Число пользователей	% от населения
Число пользователей сети интернет на 2018 год ¹⁴⁰	109,552,842	76,1	312,322,257	95.6
Процент пользователей социальных сетей от общей численности населения ¹⁴¹	49		70	
Время, проводимое в интернете в сутки ¹⁴²	6 часов 29 минут		6 часов 31 минута	
Количество времени, которое люди проводят в социальных сетях	2 часа 16 минут		2 часа 4 минуты	

¹⁴⁰ Internet World Stats Top 20 countries with the highest number of internet users / Internet World Stats URL: <https://www.internetworldstats.com/top20.htm> (дата обращения: 03.02.2019).

¹⁴¹ Однако сравнение аудитории социальных сетей с численностью населения не очень репрезентативно, поскольку детям запрещено пользоваться большей частью социальных платформ. Потому приводится анализ проникновения социальных сетей среди «взрослого населения» — то есть среди людей в возрасте 13 лет и старше.

¹⁴² Сергеева, Ю. Вся статистика интернета на 2019 год – в мире и в России / Сергеева, Ю. URL: <https://www.web-canape.ru/business/vsya-statistika-interneta-na-2019-god-v-mire-i-v-rossii/> (дата обращения: 07.03.2019).

Число пользователей Facebook на 2017 год ¹⁴³	Число пользователей ¹⁴⁴	% от общего числа пользователей	Число пользователей ¹⁴⁵	% от общего числа пользователей
	13,100,000	9,1	240,000,000	73,4
Процент использования Facebook депутатами в обеих палатах парламента ¹⁴⁶	10		95	
Процент использования Twitter депутатами в обеих палатах парламента ¹⁴⁷	20		89	
Среднее число твитов в день в обеих палатах ¹⁴⁸	3,5		1	
Скорость мобильного интернета в 2017 году ¹⁴⁹	15,80 Мбит/с (скачивание) 7,11 Мбит/с (загрузка)		26,32 Мбит/с (скачивание) 8,85 Мб/с (загрузка)	

¹⁴³ ВКонтakte отказались предоставлять подробные данные о своей глобальной аудитории.

¹⁴⁴ Internet World Stats European Internet Statistics / Internet World Stats URL: <https://www.internetworldstats.com/europa2.htm#ru> (дата обращения: 03.02.2019).

¹⁴⁵ Internet World Stats North America Internet Statistics / Internet World Stats URL: <https://www.internetworldstats.com/america.htm#us> (дата обращения: 03.02.2019).

¹⁴⁶ Крыштановская, О. VIII Грушинская социологическая конференция Секция «Интернет-опросы» / Крыштановская, О. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=1423#sten> (дата обращения: 08.02.2018).

¹⁴⁷ Крыштановская, О. VIII Грушинская социологическая конференция Секция «Интернет-опросы» / Крыштановская, О. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=1423#sten> (дата обращения: 08.02.2018).

¹⁴⁸ Крыштановская, О. VIII Грушинская социологическая конференция Секция «Интернет-опросы» / Крыштановская, О. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=1423#sten> (дата обращения: 08.02.2018).

¹⁴⁹ Шестакова, К. Почему мобильный интернет в России намного лучше США / Шестакова, К. URL: <https://www.iphones.ru/iNotes/770607> (дата обращения: 03.02.2019).

Процент использования блокировщиков рекламы ¹⁵⁰	39	44
Законы о регулировании интернета	<p>ФЗ № 149-ФЗ от 27 июля 2006 года «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»</p> <p>ФЗ № 139-ФЗ от 28 июля 2012 года «О внесении изменений в Федеральный закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» и отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросу ограничения доступа к противоправной информации в сети Интернет»</p> <p>ФЗ № 398-ФЗ от 28 декабря 2013 года «О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»»</p> <p>ФЗ № 187-ФЗ от 2 июля 2013 года «О</p>	<p>Закон «О прослушивании, хранении логов пользователей, доступе к информации правоохранительных органов, требовании к провайдером по установке оборудования для слежки» от 25 октября 1994 / Communications Assistance for Law Enforcement Act (CALEA)</p> <p>Закон «О защите детей в Интернете» от 20 апреля 2001/ Children's Internet Protection Act (CIPA)</p> <p>Закон «Об авторском праве в цифровую эпоху» от 28 октября 1998 / Digital Millennium Copyright Act</p> <p>Закон «Об обмене информацией о киберугрозах» от 18 октября 2015/ Cybersecurity Information Sharing Act (CISA)</p> <p>Административный указ 13757 «Принятие</p>

¹⁵⁰ Блокировщик – это расширение для браузера, которое фильтрует ненужную интернет-рекламу. С помощью этого инструмента пользователь избавляется от бесполезных объявлений, тизеров и баннеров, которые отвлекают внимание, мешают просматривать страницы сайта и забирают трафик.

Информационное воздействие в интернете не всегда достигает своей цели. Конечный пользователь может не замечать необходимую информацию в общем информационном потоке либо сознательно ее отфильтровывает: отключает рекламные баннеры в браузере своего компьютера, активизирует программы SMS-фильтра рекламных посланий и пролистывает страницы с информацией рекламного характера.

	внесении изменений в законодательные акты Российской Федерации по вопросам защиты интеллектуальных прав в информационно-телекоммуникационных сетях»	дополнительных мер для устранения чрезвычайных ситуаций в стране в отношении значительных злонамеренных действий в киберпространстве» от 28 декабря 2016 / Taking Additional Steps to Address the National Emergency With Respect to Significant Malicious Cyber-Enabled Activities
--	---	---

Приложение 2

Рис. 1. Снимок экрана публикации в аккаунте @WakeUpR с призывом поддержать протестные действия.¹⁵¹



Рис. 2 Снимок экрана публикации в аккаунте @OccupyWallSt с приглашением поддержать марш на Таймс-сквер.¹⁵²

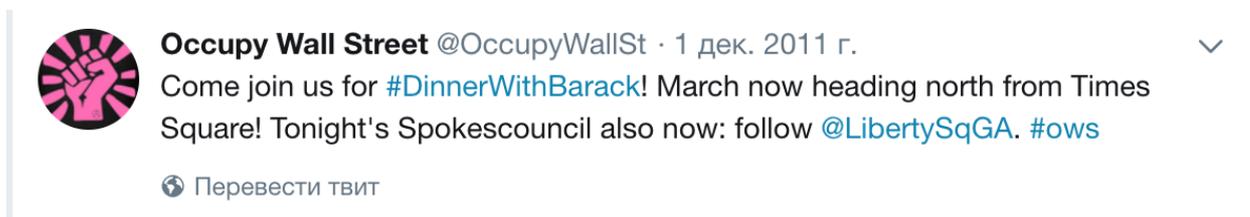


Рис. 3 Снимок экрана публикации в аккаунте @WakeUpR с полезной информацией для участников протестов.

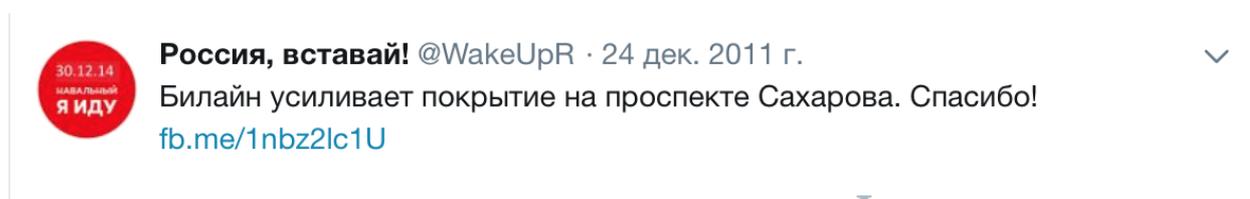


Рис. 4 Снимок экрана публикации в аккаунте @OccupyWallSt с полезной информацией для участников протестов.



¹⁵¹ Аккаунт Россия, вставай! в Twitter / URL: <https://twitter.com/WakeUpR> (дата обращения: 12.02.2019).

¹⁵² Аккаунт Occupy Wall Street в Twitter / URL: <https://twitter.com/OccupyWallSt> (дата обращения: 12.02.2019).

Рис. 5 Снимок экрана публикации в аккаунте @WakeUpR, транслирующий события протеста.

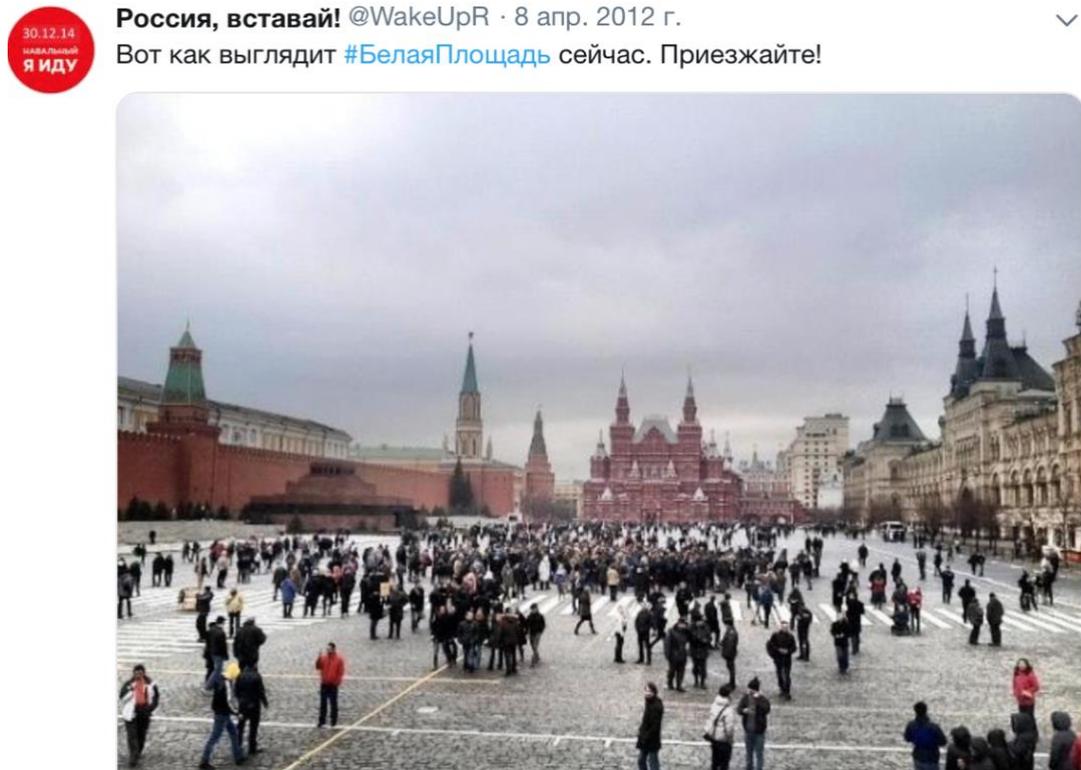


Рис. 6 Снимок экрана публикации в аккаунте @OccupyWallSt, рассказывающий о событиях протеста.



Приложение 3

Рис. 7 Оппозиционер с флагом Facebook ввремя Оккупай Абай в Москве.¹⁵³



Рис. 8 Марш против инаугурации Трампа в канадском городе Монреаль 20 апреля 2017 года.¹⁵⁴



¹⁵³ Жаркова, Е. В «ОккупайАбай» борьба с Путиным примирила либералов, левых и националистов (ФОТО) / Жаркова, Е. В URL: <https://newdaynews.ru/moskow/386535.html> (дата обращения: 12.02.2019).

¹⁵⁴ Stuff Limited Donald Trump inauguration: Celebrities share their opinions / Stuff Limited URL: <https://www.stuff.co.nz/entertainment/celebrities/88641988/donald-trump-inauguration-celebrities-share-reaction> (дата обращения: 12.02.2019).

Рис. 9 Активисты с плакатом «We are the 99%» в Ростове-на-Дону 4 февраля 2012 года.¹⁵⁵



Рис. 10 Участники протестов Оккупай Лос-Анджелес 2011 года.¹⁵⁶



¹⁵⁵ Gabowitsch, M. Social Media, Mobilisation and Protest Slogans in Moscow and Beyond / M. Gabowitch // Digital Icons: Studies in Russian, Eurasian and Central European New Media. - 2012. № 7. – P. 223.

¹⁵⁶ Перассо, В. Протесты происходят повсюду, но ничего не меняется. Так есть ли смысл протестовать? / Перассо, В. URL: <https://www.bbc.com/russian/features-44966971> (дата обращения: 28.04.2019).