



Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. 2022. Т. 22, вып. 2. С. 206–214

Izvestiya of Saratov University. Sociology. Politics, 2022, vol. 22, iss. 2, pp. 206–214

<https://soziopolit.sgu.ru>

<https://doi.org/10.18500/1818-9601-2022-22-2-206-214>

Научная статья

УДК 32.019.51

Цифровые каналы коммуникации протестующих: национальная специфика и возможности межстранового функционирования



М. В. Горбачев , И. А. Бронников, И. И. Гераскин

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Россия, 119991, г. Москва, ГСП-1, Ленинские горы, д. 1

Горбачев Михаил Валерьевич, доктор политических наук, доцент кафедры российской политики, ussr-86@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-0006-3875>

Бронников Иван Алексеевич, кандидат политических наук, доцент кафедры российской политики, ivbronn@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-8277-0839>

Гераскин Илья Игоревич, студент 4-го курса факультета политологии, geraskin.ilia2016@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-8983-8090>

Аннотация. В статье проведен анализ механизмов влияния медиакорпораций на процесс конструирования и координации политических протестов в США, Франции, Китае, Белоруссии и России в условиях цифровой глобализации. Методологической основой исследования стали методы case study и компаративного анализа. Были изучены пять кейсов, отражающих специфику каналов коммуникации, посредством которых реализуются национальные сценарии цифровизации политического протеста, а также проведен их компаративный анализ на основании предложенных критериев. Результатом анализа стало выявление особенностей и закономерностей функционирования каналов коммуникации протестующих в социальных медиа. Прогнозируются возможности межстранового функционирования данных каналов при информационно-технологической поддержке современных медиакорпораций.

Ключевые слова: политический протест, социальные сети, мессенджеры, онлайн-коммуникация, механизмы конструирования и координации политического протеста, медиакорпорации

Благодарности. Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований и Экспертного института социальных исследований (проект «Цифровизация политического протеста в условиях становления новых медиакорпораций: причины, механизмы, тенденции» № 21-011-31160).

Для цитирования: Горбачев М. В., Бронников И. А., Гераскин И. И. Цифровые каналы коммуникации протестующих: национальная специфика и возможности межстранового функционирования // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. 2022. Т. 22, вып. 2. С. 206–214. <https://doi.org/10.18500/1818-9601-2022-22-2-206-214>

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0)

Article

Communication channels of protesters in the context of digital globalization: National specifics and opportunities for cross-country functioning

M. V. Gorbachev , I. A. Bronnikov, I. I. Geraskin

Lomonosov Moscow State University, GSP-1 Leninskie Gory, Moscow 119991, Russian

Mikhail V. Gorbachev, ussr-86@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-0006-3875>

Ivan A. Bronnikov, ivbronn@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-8277-0839>

Ilya I. Geraskin, geraskin.ilia2016@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-8983-8090>

Abstract. The article considers the mechanisms of media corporations' influence on the process of designing and coordinating political protests in the USA, France, China, Belarus, and the Russian Federation in the context of digital globalization. Methodological basis of the research consists of the methods of case study and comparative analysis. The authors study five cases reflecting the specifics of communication channels through which national digitalization scenarios of political protest are implemented and carry out comparative analysis based on the authors' criteria. Features and patterns of the functioning of the protesters' communication channels within social media are identified. Possibilities of cross-country functioning of these channels with information and technological support of modern media corporations are predicted.

Keywords: political protest, social networks, instant messengers, online communication, mechanisms for constructing and coordinating political protest, media corporations



Acknowledgements: This work was supported by the Russian Foundation for Basic Research and Expert Institute for Social Research (project "Digitalization of political protest in the context of the formation of new media corporations: causes, mechanisms, trends" No. 21-011-31160).

For citation: Gorbachev M. V., Bronnikov I. A., Geraskin I. I. Communication channels of protesters in the context of digital globalization: National specifics and opportunities for cross-country functioning. *Izvestiya of Saratov University. Sociology. Politology*, 2022, vol. 22, iss. 2, pp. 206–214 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/1818-9601-2022-22-2-206-214>

This is an open access distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

За последнее десятилетие политический протест качественно трансформировался. Его «пересборка» стала возможной благодаря расширению технологических возможностей для масштабирования протестной активности в сети¹. Кроме того, развитие политических интернет-технологий способствует формированию виртуальных наций, новых способов мобилизации масс и канализации интересов индивидов².

Ускорение темпов жизни и необходимость «бросить якорь» для идентификации и трансцендирования определенного образа жизни формируют новый тип коннективных ценностей³. Их политизация обуславливает природу современного протеста, в организации которого ключевую роль играют информационные платформы, что приводит к большей динамичности и меньшей предсказуемости политических акций⁴. Принципиально иной характер носят освещение и координация протестов, формы надзора и контроля за ними. Возросло значение социальных сетей и мессенджеров, определяющих мотив участия за счет распространения инфоповодов-триггеров и отражающих спектр вовлечения протестующих.

С одной стороны, сетевые коммуникации открывают потенциальные векторы внедрения онлайн-сообществ в политический процесс, объединяют и активизируют гиперлокальные протесты в обход легко контролируемой горизонтальной мобилизации⁵. С другой стороны, упрощенная протестная мобилизация недостаточно эффективна в долгосрочной перспективе: протесты подобного рода намного сложнее перевести в плоскость существенных политических реформ⁶. Применение новых технологий конструирования протеста замещает в массовом сознании рациональную рефлексию излишней эмоциональностью и фактически лишает государство позитивного политического будущего⁷.

Специфика национальных законодательств непосредственно влияет на форму и эффективность сетевой протестной активности граждан. В данной статье мы рассмотрим пять кейсов, раскрывающих особенности каналов коммуникации политического протеста в Гонконге, Белоруссии, Франции, США и России, с целью выявления общих и специфических характеристик национальных моделей. Они демонстриру-

ют протестные тенденции последнего времени и указывают на новые возможности самоорганизации граждан. При этом у каждого сценария были политические предпосылки, детерминированные отсутствием согласования интересов различных групп в условиях ограниченного публичного диалога государства и общества.

Анализ современного состояния изучаемой проблемы позволяет выделить несколько тематических блоков, которые включают в себя ряд научных работ отечественных и зарубежных специалистов. В состав первого блока входят исследования, посвященные теории политических сетей (А. С. Ахременко, Т. Берцель, М. Грановеттер, М. Кастельс и др.). Изучение механизмов формирования горизонтальных и вертикальных связей протестного движения, сквозь призму теории политических сетей, открывает возможности для исследования этих процессов в условиях цифровизации политической реальности.

Второй тематический блок состоит из трудов, посвященных изучению роли современных медиакорпораций в политической жизни социума. Авторы исследуют характер и направленность цифровой деятельности медиакорпораций, их влияние на общественно-политическую реальность, оценивают возможные риски и угрозы от тотальной власти новых медиа. Здесь стоит отметить работы таких специалистов, как К. Вольтер, Дж. Кин, Н. Срничек, Ш. Зубофф и др.

Третий блок – когнитивные исследования. Обращение к нему обусловлено необходимостью анализа социально-психологических механизмов формирования субъективного мира участников политических протестов, организуемых и поддерживаемых посредством применения электронных инструментов. Также данный подход важен для идентификации и объяснения цифровых маркеров политической мобилизации граждан. Кроме того, он был задействован для анализа трансформаций информационного влияния, манипулятивного воздействия, убеждающей коммуникации в процессе перехода политического протеста в цифровое измерение⁸.

В научной литературе сложились две полярные точки зрения на предмет коммуникационных возможностей социальных сетей и интернет-ресурсов в контексте протестного по-



литического участия граждан. Первая группа авторов полагает, что интернет на сегодняшний день выступает в роли главного агрегатора протеста⁹; вторая отрицает протестный потенциал Сети из-за непрочности связей, обусловленной массовостью и доступностью интернета¹⁰.

Поскольку политический протест представляет собой чрезвычайно сложное общественное явление, мы использовали междисциплинарный подход: структурно-функциональный подход позволил проанализировать механизмы и принципы управления политическим протестом, выявить связи между акторами протеста и их функции; неинституциональный метод использовался при раскрытии условий и порядка взаимодействия акторов политического протеста, а также при определении их фактического места в протестной институционализации; компаративистский подход был полезен при изучении практик управления протестом на федеральном и региональном уровнях.

Благодаря статистическому методу мы определили наиболее активных участников политического протеста, а также его интенсивность, спектр затронутых тематик и количественный уровень их поддержки со стороны населения. Дискурс-анализ протестной деятельности был применен в ходе работы по исследованию оппозиционной активности в социальных сетях. Для изучения мотивационной части практик управления политическим протестом использовался контент-анализ публикаций в прессе. Интент-анализ нормативно-правовой базы был актуален для изучения правовых рамок, в которых возможен протест в различных странах.

В рамках реализации задачи по изучению специфики каналов коммуникации, посредством которых реализуются национальные сценарии цифровизации политического протеста в рассматриваемых государствах, мы вывели шесть универсальных критериев: канал коммуникации (Telegram, Instagram, Facebook, YouTube, ВКонтакте – количество подписчиков), хештег протеста в соцсетях (Twitter, Facebook и Instagram – количество упоминаний), количество протестующих офлайн, блокировка каналов коммуникации онлайн, индекс свободы интернета – исследование Freedom House «Рейтинг стран мира по уровню свободы интернета» (2021)¹¹, продолжительность и перспективы протеста. Сочетание количественных и качественных показателей, анализ динамики протеста на основе вышеупомянутой методологии позволили спрогнозировать возможности межстранового функционирования данных каналов при информационно-технологической поддержке современных медиакорпораций.

Китай. Протесты против законопроекта об экстрадиции (2019–2020 гг.)

Каналы коммуникации. Telegram – канал «dad finds boy» – 250 000 подписчиков (на пике протестов). Внутренняя координация протеста с применением технологии доксинговых атак. К моменту закрытия канала было размещено более 4200 фотографий и видеозаписей сотрудников полиции и членов их семьи.

RTHK (YouTube) – 1.11 млн подписчиков. Radio Television Hong Kong, государственная радиовещательная служба, столкнулась с политическим давлением со стороны полиции напрямую: в ответ на около 200 жалоб, полученных Управлением по коммуникациям, RTHK извинилась «перед всеми полицейскими или иными, кто был оскорблен» и приостановила съемки сатирического шоу Headliner в мае 2020 г.

Хештег протеста. Facebook и Instagram – #StandWithHongKong – 279 000 упоминаний – самый популярный (после #HongKong) хештег, напрямую связанный с протестами в Гонконге. Наряду с цветком-символом специального административного района Китая – баухинией – является опознавательным знаком протестного движения в соцсетях.

Количество протестующих офлайн – главный показатель успешности мобилизации протестующих в социальных сетях и мессенджерах. Согласно данным правозащитных организаций, самые многочисленные митинги прошли 18 августа 2019 г. На улицах собрались 1,7-2,2 млн человек. При отсутствии единого протестного канала можно утверждать, что количество вышедших на уличные протесты относительно количества подписчиков профильных пабликов и упоминаний в виде хештегов демонстрирует качественное преимущество (более чем в шесть раз по максимальным показателям) и, как следствие, пример правильной мобилизации протестующих в интернете.

Блокировка каналов коммуникации онлайн. Сотрудники Twitter выявили примерно 200 тыс. аккаунтов, которые в том или ином ключе могли высказывать точку зрения официального Пекина на события в Гонконге. Из них 936 были удалены в связи с тем, что они «специально пытались посеять политическую вражду в Гонконге». Twitter также принял решение отключить возможность рекламного продвижения для аккаунтов официальных китайских СМИ. Вслед за Twitter похожую работу провел и Facebook, удаливший семь страниц, три группы и пять аккаунтов пользователей прокитайской направленности. В свою очередь, Google заблокировал 210 YouTube-каналов,



которые, по словам представителей компании, распространяли ложную информацию о ситуации в Гонконге.

Индекс свободы интернета. В 2021 г. Китай занял последнее, 65-е место с индексом «10». Это свидетельствует о том, что в Китае существуют: а) значительные препятствия в доступе к интернет-источникам; б) ограничения на содержание: практика фильтрации и блокирования веб-сайтов, формы цензуры, самоцензуры и манипуляции информацией; в) нарушения прав пользователей. Данные международных организаций и национальных институтов, правительственные отчеты подтверждают серьезные проблемы со свободой интернета и печатной прессы в материковой части Китая. Государственная пропаганда препятствует распространению влияния медиакорпораций. Гонконг не исключение. После протестов и там усилились меры контроля за политической активностью граждан в сети.

Продолжительность и перспективы протеста. Формально протесты на улицах прекратились. Но соцсети (за исключением заблокированных каналов) до сих пор активно используют хештеги и символику протестов двухлетней давности. Причем теперь они представляют собой коллективную реакцию гонконгской оппозиции на любые острые политические вопросы. Так как требования были удовлетворены частично, мы полагаем, что оппозиционный потенциал социальных сетей не исчерпан. Систематическая работа с аудиторией и удержание ее ядра в протестном фокусе предположительно могут спровоцировать начало новой волны акций протеста (при наличии серьезного инфоповода).

Франция. Движение «желтых жилетов» (2018 г. – н.в.)

Каналы коммуникации. Facebook – 1,6 млн участников в официальной группе движения – самая популярная социальная сеть Франции, причем востребованная среди разных возрастных групп населения¹². Facebook является идеальным местом для появления подобных движений. Они обычно не имеют четкой структуры и представителей, что отвечает культуре самого Facebook: там нет центра, все основано на сообществах. Всего за пару месяцев несколько сотен региональных и общенациональных групп «желтых жилетов» распространились во французском FB. Их отличают друг от друга степень радикализма и разнообразие требований.

RT France на YouTube – 946 000 подписчиков. Нами были проанализированы два набора данных. Первый – 500 самых релевантных видеороликов по запросу «Gilets Jaunes» после ноября 2018 г. Второй набор данных был получен

путем запроса канала RT France и других основных медиа-каналов – Le Monde, L’Obs, FRANCE 24 – с использованием API YouTube и фильтрации данных. Это позволяет гораздо точнее сравнить их просмотры. Результаты обоих наборов предельно ясны: RT France является наиболее просматриваемым каналом по видео, связанным с «желтыми жилетами» во Франции, и набрал в два с лишним раза больше просмотров (25,4 млн), чем остальные вместе взятые (11,9 млн).

Хештег протеста. #giletsjaunes в Instagram и Facebook – 231 000 упоминаний – ключевой хештег французских протестов, им пользуются представители «желтых жилетов» по всему миру, тем самым выражая солидарность с «борцами за социальную справедливость».

Количество участников акций протеста варьировалось от 10 до 800 тысяч человек в зависимости от уровня митинга. Благодаря интерактивному характеру протеста сейчас он имеет последователей в Европе, Северной Америке и на Ближнем Востоке. По сравнению с цифрами в соцсетях, готовность выйти на улицу в данном случае выражают не все. Тем не менее, анализируя феномен «желтых жилетов», необходимо отметить не количество, а систематичность и повсеместность их движения: в каждой провинции свой отряд, у которого есть собственное FB-сообщество.

Блокировка каналов коммуникации. Исследование гражданской группы «Авааз» указывает на беспрецедентные масштабы воздействия дезинформации на движение «желтых жилетов» в социальных сетях¹³. Согласно его результатам, фейковые новости о протестах достигли примерно 105 млн просмотров только на Facebook. Это ясно показывает, что реакция Facebook и других платформ на дезинформацию в Европе неэффективна и представляет серьезную угрозу для здорового общественного дискурса и демократической стабильности. На данный момент все фейки удалены. Более того, Facebook заблокировал аккаунт лидера британских «желтых жилетов» и клип бельгийского рэпера об акциях протеста. Также французское правительство обязало платформы удалять «негативный» и «фейковый» контент в течение 24 часов после получения соответствующего обращения.

Индекс свободы интернета. По состоянию на 2021 г. Франция занимает девятую строчку и имеет очень высокий индекс – «78». Экспертное сообщество отмечает эффективную работу по содействию соблюдению прав интеллектуальной собственности, созданию безопасного цифрового пространства, развитию уважения к частной жизни пользователей в стране. По параметрам «препятствие доступа к сети» и «ограничение



контента» Франция входит в первую пятерку государств со статусом интернета «свободный», по «нарушению прав пользователей» – в десятку лучших.

Продолжительность и перспективы протеста. Движение «желтых жилетов» началось 17 ноября 2018 г. и продолжается до сих пор. Оно приобрело локальный и ситуативный характер. На протяжении последних трех лет активисты участвовали в акциях протеста против законопроекта о правоохранителях во Франции, против решений властей, касающихся нефтяной отрасли Канады, а также в «социальном марше за права молодежи» в России (Самара). Эти кейсы подтверждают высокий мобилизационный потенциал и разноплановость движения «желтых жилетов». В данном случае мы имеем дело с быстрым и перманентным переходом протестного импульса из Facebook в офлайн.

США. Протесты после убийства Дж. Флойда (2020 г. – н.в.)

Каналы коммуникации. Официальный аккаунт движения BLM в Инстаграм – 4,4 млн подписчиков. Именно Инстаграм, будучи второй по популярности социальной сетью в США, стал информационным катализатором протестов. Онлайн-флешмобы против расизма поддержали мировые бренды и селебрити с многомиллионной аудиторией. Инстаграм, при отсутствии координационного элемента, выступил в качестве платформы для популяризации BLM на международном уровне.

BLM в Twitter – 1,1 млн читателей. В 2020 г. #blacklivesmatter вошел в топ наиболее популярных хештегов в Twitter. Джордж Флойд занял третье место в рейтинге самых обсуждаемых персон года в Twitter. Интересный подход использует Э. Б. Тиллери. Он исследует 18 078 твиттов, созданных шестью аккаунтами BLM¹⁴. В результате проведенного исследования автор приходит к следующим выводам:

– модальный твит, созданный в период с 1 декабря 2015 г. по 31 октября 2016 г., был эмоциональным ответом-выражением печали, возмущения или отчаяния на жестокость полиции и убийства афроамериканцев;

– организация BLM создала больше твитов, в которых движение описывается как борьба за права личности, чем тех, которые использовали фреймы о гендерной, расовой и ЛГБТ-идентичности;

– активизм BLM можно рассматривать как через мобилизацию ресурсов, так и через новые парадигмы в рамках исследований социальных движений.

Хештег протеста. #BlackLivesMatter в Инстаграм и Facebook – 34,5 млн упоминаний – самый часто используемый хештег среди всех протестных движений в социальных сетях. За исследуемый период 67% публикаций с #BlackLivesMatter содержали поддержку или положительные ссылки на протестное движение. Чуть более половины из них, что составляет 48% всех публикаций с использованием хештега, предложили широкую поддержку в борьбе с расовой дискриминацией и противодействии жестокости полиции.

Количество протестующих офлайн. Протесты прошли в 40% округов США и собрали от 15 до 26 млн протестующих, что делает протестное движение крупнейшим в истории США¹⁵. Акции также состоялись во Франции, собрав около 23,3 тыс. участников; в Германии – 15 тыс.; в Великобритании – 13,1 тыс. Странники BLM по всему миру выходили на улицы не только из чувства солидарности с афроамериканцами, но и вследствие возникающих инфоповодов местного значения.

Блокировка каналов коммуникации. Сеть групп в Facebook, которая выступает против акций протеста, начала атаковать движение Black Lives Matter и участников демонстраций против расовой дискриминации. Эти 40 групп имеют коллективную аудиторию, насчитывающую более одного миллиона человек. На пике протестов BLM Facebook часто критиковали в СМИ за недостаточную борьбу с потоками «ненавистнической и расистской информации». Дело дошло до того, что отношения с сетью прекратила треть ее рекламодателей, включая крупнейшие мировые бренды. Осенью 2020 г. Facebook и Twitter развернули кампанию по блокировке пользователей за «распространение дезинформации», в результате которой были удалены консервативные группы противников BLM и аккаунт 45-го президента США Д.Трампа.

Индекс свободы интернета. США занимают 13-е место в рейтинге Freedom House 2021, индекс «75». С 2018 г. уровень свободы интернета в Соединенных Штатах демонстрирует негативную тенденцию из-за отмены правил сетевого нейтралитета, а также в связи с опасениями по поводу распространения дезинформации на платформах социальных сетей. Гипер-партизанский контент продолжает преследовать онлайн-сферу, особенно в Facebook, Instagram и Twitter. Однако на фоне снижения свободы Глобальной сети позиции США довольно прочны: на протяжении шести лет интернет в США признается экспертами «свободным».

Продолжительность и перспективы протеста. Начавшись в конце мая 2020 г., отдельные протесты продолжаются. Активная фаза



завершена в августе 2020 г. Протесты привели к многочисленным законодательным инициативам на уровне государства, штатов и муниципалитетов, направленным против полицейского насилия и систематического расизма. В то же время администрация президента Дональда Трампа была раскритикована за жесткую риторику по отношению к протестующим. BLM – это не просто временный бунт в социальных сетях, это глобальное протестное движение в интернете, по охвату и влиянию не имеющее аналогов на данный момент.

Белоруссия. Протесты несогласных с результатами президентских выборов (2020–2021 гг.)

Каналы коммуникации. Telegram-канал Nexta Live – больше двух млн подписчиков. В отличие от других социальных сетей и мессенджеров Telegram оказался, по крайней мере, частично устойчивым к отключениям интернета, наложенным правительством. С августа 2020 г. на канале передавали информацию, размещали фильмы и рассказы о протестах и координировали демонстрации по всей Белоруссии.

Хештег протеста. #жывебеларусь – 266 000 упоминаний (Instagram и Facebook). На пике протестов этот лозунг-хештег входил в топ русскоязычного Twitter. Таким образом пользователи социальных сетей выражали свою солидарность с протестующими. Обычно хештег размещался с бело-красно-белым флагом и сопровождался текстом с призывом остановить насилие. Онлайн-флешмоб поддержали публичные персоны с многомиллионной аудиторией – телеведущий Иван Ургант, актер Данила Козловский, музыкант Макс Корж и др.

Количество протестующих офлайн. Самые массовые акции протеста в стране состоялись 16 августа 2020 г., когда в центре Минска собралось, по оценкам некоторых СМИ, от 200 до 400 тыс. человек, а по всей Белоруссии — больше миллиона человек. Демонстрации и марши проходили в разных городах с разным масштабом – от десятков до сотен тысяч человек в зависимости от населенного пункта. В современной истории Белоруссии это самые массовые акции протеста – каждый девятый белорус вышел на улицы. Учитывая популярность телеграм-канала Nexta в странах СНГ, невозможно точно установить, какой процент подписчиков принимал участие в протестах офлайн. Тем не менее как канал координации протестующих он оказался крайне эффективен. Протесты прошли повсеместно в Европе, а также в США и Австралии.

Блокировка каналов коммуникации. В 2018 г. создатель Nexta принял решение уйти из YouTube

из-за того, что платформа блокировала материал с нарезками государственных белорусских ТВ-каналов. Telegram стал самой удобной и открытой площадкой для ведения новостного блога. В октябре 2020 г. Nexta и еще несколько белорусских Telegram-каналов опубликовали обращение к Apple, призвав не блокировать каналы с данными силовиков. Они заявили, что действия компании «создают опасный прецедент» по цензуре в Telegram. В июле 2021 г. Twitter заблокировал аккаунт бывшего главреда Nexta Р. Протасевича. Официальная причина – нарушение правил социальной сети.

Индекс свободы интернета в Белоруссии – «31». По этому показателю она занимает 56-е место в рейтинге (статус «несвободный»). Исследователи отмечают, что к середине 2020 г. власти пытались подавить голоса недовольных в сети в преддверии выборов. Помимо этого, авторы отчета пишут о росте активности блогеров, Telegram-каналов и других платформ, которые помогали продвигать независимые новости в Белоруссии, а также об увеличении поддержки госСМИ властями и попытках манипулировать информацией в интернете.

Продолжительность и перспективы протеста. Массовые протесты продолжались с августа 2020 г. по февраль 2021 г. Далее они приобрели рассредоточенный и малочисленный характер. Лидеры оппозиции в соцсетях уже не так активно призывали людей выходить на улицы. Задержания, ставшие когда-то триггером протеста, сейчас являются его главным сдерживающим фактором. Необходим период адаптации и поиск сил для нового противостояния.

Россия. Протесты в поддержку А. Навального (2021 г.)

Каналы коммуникации. Главный триггер протестов в России – задержание оппозиционного политика-блогера Навального. На своем YouTube-канале с командой ФБК (деятельность организации запрещена в РФ) он выпускает фильмы-расследования о коррупции российских чиновников. Аудитория всех его каналов составляет более 9 млн человек. Самое популярное видео – «Дворец для Путина. История самой большой взятки» – набрало 118 млн просмотров и 4,5 млн лайков. В самом начале видеоролика размещен призыв к участию в митингах в поддержку А. Навального. Аналогичные видео с критикой действующего режима выходили на «Навальный Live» и «Штаб», также были организованы прямые трансляции акций протеста 23 и 31 января.

Хештег протеста. #свободунавальному – 85 100 упоминаний – протестная кампания в соц-



сетях по поддержке Алексея Навального. Данным хештегом пользователи Instagram и Facebook выражают поддержку оппозиционеру и выступают с критикой властей. В TikTok по хештегу #свободунавальному уже 1,2 млрд просмотров. Навального считают политзаключенным и лидеры общественного мнения с многомиллионной аудиторией – Юрий Дудь, Илья Варламов и Ксения Собчак, на арест блогера-политика они также отреагировали в социальных сетях.

Количество протестующих офлайн – 200–300 тыс. человек. На сайте «Свободу Навальному», где предлагали зарегистрироваться потенциальным участникам акций протеста, на момент митингов было 466 475 чел. Следует отметить, что мобилизация в сети прошла недостаточно эффективно – количество подписчиков, лайков и одобрительных комментариев кратко не соответствует количеству протестующих офлайн. Это говорит об ограниченном протестном потенциале социальных сетей в России. Переход протеста из виртуального мира в реальный осложнен по целому ряду причин и зависит от трансформации существенных характеристик политической системы и эволюции форм политического участия граждан.

Блокировка каналов коммуникации. Январь. Сразу после первой волны митингов Роскомнадзор вызвал представителей TikTok, Facebook, Telegram и ВКонтакте для беседы по поводу размещения публикаций, которые содержали «призывы к участию» в протестах. *Март.* Роскомнадзор принял меры по первичному замедлению скорости работы социальной сети Twitter на 100% мобильных и 50% стационарных устройств в связи с нарушением российского законодательства. *Май.* К Facebook и YouTube планировалось применять меры аналогичные санкциям к Twitter в случае неудаления противоправной информации. *Июль.* Роскомнадзор направил соцсетям Twitter и YouTube требование о блокировке аккаунтов признанных в РФ экстремистскими организаций «Фонда борьбы с коррупцией», «Фонда защиты прав граждан» (ФЗПГ) и общественного движения «Штабы Навального» (деятельность всех трех запрещена в РФ), их отделений и организаторов. Ранее соратники Навального сообщили о блокировке в РФ более 40 связанных с Навальным ресурсов. Также в это время было заблокировано расследование ФБК о главе Ростуризма Зарине Догузовой на YouTube. *Август.* Роскомнадзор потребовал от Google и Apple удалить из своих сервисов Google Play и App Store приложение политика Алексея Навального. Доступ к приложению уже закрыл провайдер WiFire и оператор «Билайн». У пользователей других операторов при этом приложение

пока работает. В сентябре перед выборами в ГД РФ Telegram удалил бот «Умного голосования».

Индекс свободы интернета. Россия занимает 58-е место. Составители рейтинга отметили, что власти России наравне с Китаем участвовали в кибератаках и информационной войне, связанной с выборами в демократических странах.

С 2018 г. уровень свободы в Рунете демонстрирует негативную динамику по нескольким причинам. Во-первых, число уголовных дел за деятельность в социальных сетях в России увеличилось в пять раз. Во-вторых, Госдума приняла закон Яровой, по которому организаторы распространения информации в интернете должны хранить переписку и разговоры пользователей в течение шести месяцев. По требованию правоохранительных органов компании будут передавать их¹⁶. Весной 2019 г. в России был принят закон, позволяющий изолировать Рунет. Согласно документу, российские власти будут контролировать все точки передачи данных за границу и маршрутизацию трафика, в том числе с помощью специального оборудования у провайдеров¹⁷. В 2020 г. вступил в силу закон о санкциях против Facebook, YouTube и других интернет-платформ за цензуру российских СМИ. Сайтам, попавшим в реестр Роскомнадзора, грозят блокировки, замедление трафика и штрафы. И финальным аккордом стали поправки 2021 г. к Закону «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», которые обязывают социальные сети с ежедневной аудиторией 500 тыс. пользователей из России мониторить и блокировать противоправную информацию¹⁸.

Продолжительность и перспективы протеста. Протесты в поддержку А. Навального проходили с января по апрель 2021 г. Широкая поддержка оппозиционера в социальных сетях не дала необходимого эффекта в условиях уличного протеста. Требования протестующих не были удовлетворены. На данный момент протестное движение парализовано и не представляет угрозу для власти. Законодательное регулирование интернета и меры против экстремистских организаций и иноагентов деморализуют сторонников Навального. Акты блокировки каналов и сайтов создают видимые препятствия с точки зрения создания новых инфоповодов для протеста. Из-за подобных рисков и организационной разобщенности перспективы протеста могут расцениваться как крайне низкие.

Итак, в результате изучения специфики каналов коммуникации, посредством которых реализуются национальные сценарии цифровизации политического протеста в США, Франции, Китае, Белоруссии и России, нам удалось установить следующие закономерности.



1. Социальные сети в равной степени могут рассматриваться как источник информации, площадка для солидарности, арена для политических заявлений и поставщик фейков. При этом не всегда самая популярная социальная сеть в стране является агрегатором виртуального протеста. Особое значение приобретают мессенджеры.

2. Каналы коммуникации в виде социальных сетей обеспечивают перманентность политического протеста. В контексте цифровизации протеста все каналы коммуникации одновременно выполняют три функции: выразительную, информационную и мобилизационную.

3. Виртуализация протеста происходит одновременно на нескольких сетевых платформах – для цифрового протеста характерны децентрализация и «рассредоточенность».

4. Важную роль в популяризации политических протестов играют лидеры общественного мнения с многомиллионной аудиторией в социальных сетях.

5. Символизация протеста за счет использования инструментов новой социальной реальности – хештегов как формы выражения солидарности с протестующими в социальных сетях.

6. Протесты онлайн находятся под давлением двух бенефициаров – государства и медиакорпораций. Их взаимодействие обуславливает перспективы протестного движения в интернет-пространстве.

Рассмотренные кейсы можно разделить на три группы по форме функционирования каналов коммуникации в рамках реализации национальных сценариев цифровизации протеста:

– в странах первой десятки рейтинга свободы интернета (США, Франция) наблюдается высокая эффективность открытого протеста в социальных сетях Facebook, Instagram, Twitter и YouTube. Государство в данном случае не борется с медиакорпорациями за влияние, а пытается сотрудничать с ними, чтобы обезопасить себя от внутренних или внешних политических оппонентов;

– для Китая и Белоруссии – стран с низким индексом свободы интернета – характерно широкое использование мессенджера Telegram среди протестующих, так как это представляется единственным способом избежать давления государства. Страны проводят государственную информационную политику по ограничению влияния медиакорпораций. Именно в них они видят реальную угрозу для режима. Цифровой суверенитет – приоритетное направление государственной политики;

– в России технология конструирования инфоповодов для протеста осуществляется на

платформе YouTube, чем и обусловлена ее популярность среди пользователей Рунета – в условиях слабой координации протестующих социальные сети носят скорее информационно-агитационный характер. РФ, по аналогии с Китаем и Белоруссией, идет по пути маргинализации протестного движения в соцсетях. Законодательное регулирование цифровой среды подтверждает намерение российских властей оказывать серьезное давление на медиакорпорации с целью ограничения их влияния на пользователей российского политического сегмента Facebook, YouTube и Twitter.

Проведенное исследование позволяет оценить потенциал социальных сетей как наиболее эффективных каналов коммуникации протестующих в рассмотренных странах. Социальные сети агрегируют протест, выступают в роли его катализатора и обладают выразительной, информационной и мобилизационной функциями. Анонимность, скорость передачи информации и технологичность сетевых платформ обуславливают их высокую популярность среди активистов¹⁹.

Социальные сети как площадка для солидарности и арена для политических заявлений представляют системную угрозу государству. Фундаментальная проблема заключается в разработке механизмов регулирования цифрового пространства с целью противодействия оппозиционной политической активности в сети. Следует выделить две модели взаимодействия государства и медиакорпораций – «компромиссная» и «ультимативная». Первая свойственна США и западноевропейским демократиям, вторая – странам СНГ и КНР. Одним из ключевых критериев данной классификации выступает форма реагирования на онлайн-протесты: с одной стороны, договоренности против третьих лиц, с другой – меры ограничительного характера. Это можно объяснить открытостью политических режимов и прозападным курсом медиакорпораций.

Однако, несмотря на законодательные барьеры и блокировки контента самими платформами, протест приобретает альтернативные формы. Растущая востребованность мессенджеров (особенно Telegram) отвечает запросу пользователей на анонимность и указывает на неэффективность выбранной государством стратегии по купированию рисков протестной активности граждан в цифровой среде. Более того, появление нового онлайн-игрока обостряет конкуренцию с социальными сетями компаний Facebook и Google.

Результаты исследования свидетельствуют о том, что в условиях цифровой глобализации медиакорпорации выступают не просто в роли



платформ по формированию и консолидации протестных настроений граждан, а в качестве самостоятельного политического актора с неподконтрольным государству ресурсом влияния на широкие слои населения²⁰. Конфигурация ролей организатора и координатора цифрового протеста в лице медиакорпораций объективно ставит государство перед необходимостью разрабатывать действенные механизмы внешнего управления общественными процессами, заключающиеся в технологии управления-подавления протеста²¹.

Примечания

- ¹ См.: Архипова А. С., Радченко Д. А., Козлова И. В., Югай Е. Ф., Белянин С. В., Гаврилова М. В., Тутков А. С. «Пересборка митинга»: интернет в протесте и протест в интернете // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 1. С. 12–35. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2018.1.02>
- ² См.: Бронников И. А. Самоорганизация граждан в эпоху цифровых коммуникаций // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. 2020. Т. 13, № 2. С. 269–285. <https://doi.org/10.23932/2542-0240-2020-13-2-14>
- ³ См.: Артамонова Ю. Д., Демчук А. Л. «Коннективная идентичность» в современном мире // Вопросы философии. 2020. № 4. С. 69–79. <https://doi.org/10.21146/0042-8744-2020-4-69-79>
- ⁴ См.: Bennett L., Segerberg A. The Logic of Connective Action. Digital Media and the Personalization of Contentious Politics. Cambridge: Cambridge University Press, 2013. 256 p. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139198752>
- ⁵ См.: Бронников И. А., Горбачев М. В. Протестный потенциал самоорганизации российских граждан в условиях становления новых информационных институтов и медиаструктур // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. 2020. № 5. С. 23–35.
- ⁶ См.: Tufekci Z. Social Movements and Governments in the Digital Age: Evaluating a Complex Landscape // Journal of International Affairs. 2014. Vol. 68, № 1. P. 1–18.
- ⁷ См.: Вилков А. А., Шестов Н. И., Абрамов А. В. Социальный запрос на будущее России в политических проектах и массовом сознании граждан // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 4: История. Регионоведение. Международные отношения. 2021. Т. 26, № 3. С. 108–122. <https://doi.org/10.15688/jvolsu4.2021.3.10>
- ⁸ См.: Сафронов Э. Е. Трансформации капитализма в XXI веке: концепция «надзорного капитализма» Шошаны Зубофф // Социологические исследования. 2021. № 4. С. 165–172. <https://doi.org/10.31857/S013216250010848-5>
- ⁹ См.: Shirky C. Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations. New York: Penguin Press, 2008. 327 p.
- ¹⁰ См.: Morozov E. The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom. New York: Public Affairs, 2011. 409 p.
- ¹¹ См.: Freedom House. Freedom on the Net 2021: The Global Drive to Control Big Tech. URL: <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/2021/global-drive-control-big-tech> (дата обращения: 21.09.2021).
- ¹² См.: Statista Research Department. URL: <https://www.statista.com/topics/751/facebook/#topicHeader-wrapper> (дата обращения: 05.02.2021).
- ¹³ См.: Avaaz Report. Yellow Vests Flooded by Fake News. URL: https://www.politico.eu/wp-content/uploads/2019/03/AVAAZ_YellowVests_100miofake.pdf (дата обращения: 12.03.2019).
- ¹⁴ См.: Tillery A. B., Jr. What Kind of Movement is Black Lives Matter? The View from Twitter // Journal of Race, Ethnicity, and Politics. 2019. Vol. 4, iss. 2. P. 297–323. <https://doi.org/10.1017/rep.2019.17>
- ¹⁵ См.: BLM and policing survey identifies broad support for common-sense reform // Civis Analytics. URL: <https://www.civisanalytics.com/blog/blm-policing-pulse-survey-analysis/> (дата обращения: 22.07.2020).
- ¹⁶ См.: Законопроект № 1050812-7. О внесении изменений в статью 354-1 Уголовного кодекса Российской Федерации (в части усиления ответственности за реабилитацию нацизма) // Система обеспечения законодательной деятельности. URL: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/1050812-7> (дата обращения: 05.04.2021).
- ¹⁷ См.: Законопроект № 608767-7. О внесении изменений в Федеральный закон «О связи» и Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (в части обеспечения безопасного и устойчивого функционирования сети «Интернет» на территории Российской Федерации) // Система обеспечения законодательной деятельности. URL: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/608767-7> (дата обращения: 01.05.2019).
- ¹⁸ См.: Законопроект № 1113081-7. О внесении изменения в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (в части ограничения доступа к недостоверной информации) // Система обеспечения законодательной деятельности. URL: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/1113081-7> (дата обращения: 01.07.2021).
- ¹⁹ См.: Ахременко А. С., Стукал Д. К., Петров А. П. Сеть или текст? Факторы распространения протеста в социальных медиа: теория и анализ данных // Полис. Политические исследования. 2020. № 2. С. 73–91. <https://doi.org/10.17976/jpps/2020.02.06>
- ²⁰ См.: Сулов И. В., Кныжова З. З. Потенциал и перспективы политической мобилизации в интернет-пространстве: обзор эмпирических исследований в мировом и российском контексте // Власть. 2019. Т. 27, № 5. С. 59–66. <https://doi.org/10.31171/vlast.v27i5.6720>
- ²¹ См.: Бронников И. А., Горбачев М. В. Указ. соч.

Поступила в редакцию 15.01.2022; одобрена после рецензирования 25.01.2022; принята к публикации 05.02.2022
The article was submitted 15.01.2022; approved after reviewing 25.01.2022; accepted for publication 05.02.2022