

ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПОТОК ПРОТЕСТНОЙ МОБИЛИЗАЦИИ В РОССИЙСКОМ СЕГМЕНТЕ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА*

Е. В. Бродовская

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Российская Федерация, 125167, Москва, Ленинградский пр., 49

М. А. Давыдова

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Российская Федерация, 125167, Москва, Ленинградский пр., 49

В. А. Лукушин

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Российская Федерация, 125167, Москва, Ленинградский пр., 49

В статье представлены результаты прикладного политического исследования, посвященного анализу информационных потоков протестной мобилизации в российском сегменте социальных медиа. Контекст исследования обусловлен усиливающимся внешним информационным давлением, деструктивной деятельностью отдельных политических акторов, а также протестными процессами в странах-соседях, которые используются для реализации технологии заражения и распространения «протестной волны» на территории России. Методика исследования опирается на использование гибридной стратегии и комбинации современных методов социально-медийной предиктивной аналитики: когнитивного картирования контента, автоматизированного социально-медийного анализа, метода построения социальных графов и окулометрического (айтрекинг-анализа). По результатам исследования авторами сделан вывод о существенном влиянии специальной военной операции на Украине на уровень протестного потенциала в обществе: на старте спецоперации определен рост протестных настроений, не нашедших развития на фоне общественной консолидации и продемонстрировавших резкий спад с редкими, но точечными информационными вспышками. Данный факт подтверждает вывод о контролируемости цифрового протеста и значимой роли внешних игроков в данном процессе. В течение 2022 г. модераторы протестных информационных потоков, следуя стратегии «хватай всех», использовали разнообразные триггеры: нарушения политических прав и свобод, усиливающиеся социально-экономические проблемы, новые геополитические вызовы. Протестные сообщества в социальных медиа, генерирующие и распространяющие цифровой контент, ориентированный на протестные аудитории, характеризуются высокой управляемостью и плотностью внутренних связей. Наибольшую мобилизационную эффективность продемонстрировали сообщества с высокой долей популярных лидеров общественного мнения. При этом в процессе формирования протестных информационных потоков про-

* Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных при поддержке Российского научного фонда (№ 20-18-00274, НИУ «Высшая школа экономики»).

должает доминировать технология «мирного» протеста, что позволяет масштабировать аудиторию и пользовательскую активность. Лояльность протестному контенту демонстрируют пользователи, для которых характерны несдержанность, импульсивность, рискованные модели поведения и внешний локус контроля.

Ключевые слова: политический протест, протестная мобилизация, цифровой протест, социальные медиа, информационные потоки, цифровой контент, цифровые коммуникации, окулуметрия, социально-медийный анализ.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

Представленная статья является результатом многолетнего мониторинга протестного контента в российском сегменте социальных медиа. Несмотря на то что в данной работе авторы сконцентрировались на градусе протестной активности первой половины 2022 г., именно сравнение протестно-ориентированных информационных потоков последних трех лет позволяет достигать предиктивных итогов научного поиска.

Текущий год стал поворотным как с точки зрения развития мировых процессов, так и в отношении системных изменений внутренней российской политики. Такие точки бифуркации в развитии могут сопровождаться проверкой политических систем на прочность в силу одновременного разворачивания двух противонаправленных процессов: консолидации и деконсолидации общества. В подобных условиях актуализируются вопросы влияния цифровой трансформации на реализацию значимых общественно-политических событий.

Анализ исследуемого периода продемонстрировал яркую колебательную динамику протестных настроений россиян в онлайн- и офлайн-пространстве: от интенсификации на старте специальной военной операции (СВО) на Украине до полного нивелирования протестной повестки. Мы видим, как одно и то же реперное событие может быть одновременно контекстом и триггером деконсолидации и консолидации общества.

Каким образом удалось достигнуть нивелирования протестной повестки? Означает ли это победу «сильных связей» над «слабыми»? Или, возможно, мы наблюдаем один из циклов естественного развития протестного движения, при котором за подъемом следует фаза неизбежного снижения протестной активности? Возможно, мы имеем дело с ситуацией достижения баланса между формальным и неформальным в политической повестке, что воплощается в достижении базового ценностного консенсуса в обществе и доминировании определенных паттернов поведения? Результаты представленного прикладного исследования призваны ответить на данные исследовательские вопросы.

ОБЗОР СОВРЕМЕННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Существенные силы современных исследователей сосредоточены на изучении взаимосвязи использования социальных сетей в политической коммуникации, участии и гражданской мобилизации. Многие исследователи приходят к заключению, что использование социальных сетей способствует распространению вовлеченности в различные форматы политического участия [Hardy,

Scheufele, 2005; Boulianne, 2015]. Современные информационно-коммуникационные технологии задают тренды в исследованиях гражданского активизма, обусловленные расширением факторов, влияющих на формирование, реализацию и конвертацию гражданской активности в пространстве цифровых коммуникаций [Ахременко, Бродовская, 2021]. В настоящее время отечественные и зарубежные исследователи сосредоточены на оценке влияния новых форматов и площадок протестной и контрпротестной мобилизации [Ахременко и др., 2021], анализе взаимосвязи между сетевой архитектурой и направлениями развития политического протеста [Ахременко, Петров, Жеглов, 2021], эффектов восприятия политической информации и специфики репрезентации протестного контента в социальных медиа посредством распространения современных практик онлайн-коммуникации [Стукал, Шилина, 2022; Попова, 2020].

Функционал социальных сетей позволяет масштабировать аудиторию и увеличивать скорость распространения информации среди различных социальных групп. Особое значение имеет относительно низкая стоимость доступа к цифровой среде, которая позволяет создавать альтернативные площадки для получения информации о политических и социальных процессах, осуществлять управление и модерацию политической активности. Кроме того, возможности социальных медиа позволяют формулировать и передавать эмоционально заряженные сообщения, которые обеспечивают поддержку политической активности [Jost et al., 2018]. Ряд исследователей доказывают наличие существенных связей между политической активностью в онлайн- и офлайн-средах [Bisbee, Larson 2017]. Как показывают результаты исследований, социально-медийная активность оказывает прямое влияние на масштаб не централизованного управления протестом [Steinert-Threlkeld et al., 2015]. Российские исследователи отмечают, что возможности интернет-коммуникации являются ключевым аспектом протестной мобилизации за счет возможности определения и формирования временных рамок и организационной структуры [Ваньке, Ксенофонтова, Тартаковская, 2014]. Еще одним важным аспектом отличия современных форм политической активности, опосредованных социальными сетями, является возможность производить и распространять собственные уникальные дискурсы [Бронников, 2018].

Развитие современных цифровых технологий позволяет расширять возможности по выражению поддержки позиции, ситуации, решению посредством разнообразных пользовательских реакций: лайков, репостов, комментариев, подписания петиции и т. д., что меняет структуру протестного и активистского движения, которое уже не требует непосредственного участия в массовых акциях или пикетах [Morozov, 2012]. Последние исследования при этом демонстрируют наличие сильных связей между различными формами онлайн- и офлайн-активности, которые более ярко выражены среди молодежной аудитории [Boulianne, Theocharis, 2020].

Особая эффективность цифрового пространства как пространства для осуществления политической активности вызвана с широкими возможностями развития сети слабых связей, которое заключается в стремлении пользователей выстраивать коммуникацию с людьми, имеющими похожие или идентичные политические взгляды, ценности, позиции [McPherson, Smith-Lovin, Cook,

2001]. Все это способствует отстройке от всех тех, кто не похож на членов виртуальной группы, взаимосвязанных отдельными характеристиками [Settle, 2018]. Данные принципы распространяются не только на отношения с другими пользователями, но и на потребляемый контент. Фактически вступает в силу эффект фильтрации, выражающийся в ознакомлении и использовании контента, который соответствует ценностям, мировоззрению и идеалам членов группы, при отсеке информации, не соответствующей их представлениям о мире [Bode, 2016; Johnson et al., 2020]. Возможность развития сетевых структур цифровыми платформами позволяет формировать коллективные цели, которые работают на аккумуляцию и концентрацию протестного потенциала для дальнейшей активности в офлайн-пространстве [Ахременко, Стукал, Петров, 2020].

При этом исследователи отмечают дуалистичный характер воздействия социальных сетей на политическую активность: с одной стороны, социальные сети позволяют масштабировать политическую активность за счет оперативности, сетевого характера, возможности использования технологий манипуляций, с другой стороны, становятся причиной возникновения и развития политически неэффективных форматов цифрового активизма (в частности, «слактивизма») [Cabrera, Matias, Montoya, 2017].

Современными исследователями отмечается необходимость использования современных стратегий эмпирических исследований, комбинации методов и инструментов политического анализа, позволяющего фиксировать отдельные характеристики протестных информационных потоков вне зависимости от их природы и принципов управления [Пустовойт, 2021]. При этом наибольшую эффективность демонстрируют такие гибридные стратегии, которые совмещают методы исследования развития протестных установок и реализации протестной мобилизации одновременно в онлайн- и офлайн-средах при помощи прямого взаимодействия с респондентами, обеспечивающие обязательную верификацию собранных цифровых данных и опирающиеся на достижения инструментальной когнитивистики [Бродовская и др., 2021].

МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Методология исследования представлена комбинацией следующих научных подходов:

— сетевой подход, который позволяет рассматривать социально-медийное пространство как среду информационного воздействия лидеров и центров общественного мнения на общественные установки целевой аудитории [Howard, Parks, 2012];

— когнитивный подход, который позволяет определить соотношение рационального, иррационального и псевдорационального в контексте воздействия на протестные установки и политические позиции пользователей [Данливи, 1999; Далтон, 1999].

— методология Predictor Mining, которая позволяет через извлечение закономерностей из больших объемов данных анализировать и прогнозировать развитие различных политических событий [Бродовская и др., 2017].

Методика прикладного исследования опирается на гибридную стратегию и включает в себя следующую комбинацию методов: когнитивное картирование, социально-медийный анализ, метод построения социальных графов и окулометрический (айтрекинг) анализ. Для изучения репертуара и триггеров протестной мобилизации было применено когнитивное картирование цифрового контента. Выборка составила 600 публикаций популярных протестных площадок в наиболее популярных среди россиян социальных медиа «ВКонтакте», Telegram и «Одноклассники». Отбор данных площадок обосновывается ограничениями функционирования ряда других цифровых сервисов в российском веб-сегменте на фоне проведения специальной военной операции на Украине.

По результатам когнитивного картирования был сформирован словарь поисковых запросов, который использовался для реализации следующего этапа исследования — автоматизированного социально-медийного анализа, нацеленного на выявление веса, динамики, структуры и содержания протестных информационных потоков. Глубина исследования: 1 января 2022 г. — 5 апреля 2022 г. Инструмент анализа: сервис мониторинга социальных медиа IQBuzz. Анализ осуществлен более чем в 30 наиболее популярных социальных медиа, итоговый датасет превысил 170 тыс. сообщений.

Для анализа архитектуры информационного потока протестной мобилизации используется авторское программное обеспечение «Социальный граф» — приложение к социальной сети «ВКонтакте». Программа написана на языке программирования JavaScript, интерпретируется внутри пакета nodejs версии не ниже 7.5. Визуальная часть программы выполнена с применением плагина jquery VisJS. Посредством дополнительного использования инструментов API социальной сети «ВКонтакте» оценен также уровень интегрированности протестного информационного потока (множественного пересечения аудитории протестных площадок). Выборку составили активные цифровые сообщества в социальной сети «ВКонтакте», с совокупной аудиторией не менее 1000 человек, регулярной публикационной активностью, репрезентирующие протестный цифровой контент и имеющие открытый список участников-пользователей для реализации соответствующих процедур.

Посредством применения методов когнитивной инструментальной диагностики были выявлены взаимосвязи между интернет-контентом информационного потока протестной мобилизации в российском сегменте социальных медиа и паттернами поведения вовлеченных онлайн/офлайн-пользователей. Для реализации данной исследовательской задачи был применен окулометрический (айтрекинг) анализ, основанный на автоматической фиксации траектории движения человеческого зрачка посредством портативного айтрекера Gazepoint-3 мощностью 60 Гц. Выборка окулометрического анализа составила 150 респондентов. Для реализации задач окулометрии на этапе когнитивного картирования сформирована стимульная батарея протестного и оппозиционного контента, прошедшая соответствующую экспертную оценку. Стимульная батарея включает изображения и видеоматериалы, получившие наибольший отклик со стороны аудитории в виде лайков, репостов и комментариев. Для определения эмоционального отношения респондентов к предъявляемым

стимульным материалам использовались тест Люшера и комплементарные полюса семантических дифференциалов «мне ближе», «я за этих», «я за/против» и др. Кроме того, в тестовую батарею были включены валидизированные визуальные стимулы, разработанные ранее для оценки персональных особенностей респондентов и для уточнения индивидуальных психосемантических особенностей восприятия ими цветовых элементов тестируемых изображений. После инструментальной работы исследователями проводилось индивидуальное фокусированную интервью, позволяющее выявить объяснительные модели полученных результатов.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

По результатам социально-медийного анализа определен совокупный вес информационного потока, который в период с января по апрель составил более 170 тыс. сообщений (см. рис. 1). В январе и первой половине февраля диапазон протестного информационного потока в среднем составлял 1,5–2 тыс. сообщений. Репертуар сообщений характеризовался традиционной активностью оппозиционных и протестных акторов, формирующих потоки общественного недовольства в связи с принимаемыми политическими решениями, деятельностью представителей органов власти, внутренней и внешней политикой государственных институтов. В начале января цифровые потоки были наполнены темами, связанными с протестами и попыткой государственного переворота в Республике Казахстан. Данные события были использованы модераторами протестных и оппозиционных потоков для мобилизации массовых акций в России посредством технологии «заражения». Масштабной поддержки данные потоки не получили, так как пришлось на праздничную новогоднюю неделю, а используемый набор триггеров не продемонстрировал высокой референтности у многопрофильной российской аудитории.

Существенным образом ситуация изменилась во второй половине февраля в связи со стартом специальной военной операции на Украине. В этот период ежедневный объем информационных потоков в социальных медиа приблизился к 10 тыс. сообщений. Репертуар протестных потоков вокруг СВО включил в себя: недовольство признанием Луганской народной республики и Донецкой народной республики; недовольство выбранным военно-политическим решением; недовольство его экономическими последствиями — ростом цен, изменениями валютного курса; распространение пацифистской и псевдопацифистской риторики; недовольство «выключением» России из международной повестки, а также новым витком напряженности с западными странами, включая недовольство санкционной политикой. Контекст спецоперации инициировал активность большинства протестных и оппозиционных структур, которые, используя событийную повестку, предприняли активную попытку мобилизации массовой протестной активности с использованием популярных цифровых площадок.

При этом, как показывает динамика протестных информационных потоков: обозначившийся пик протестной информационной активности 24 февраля

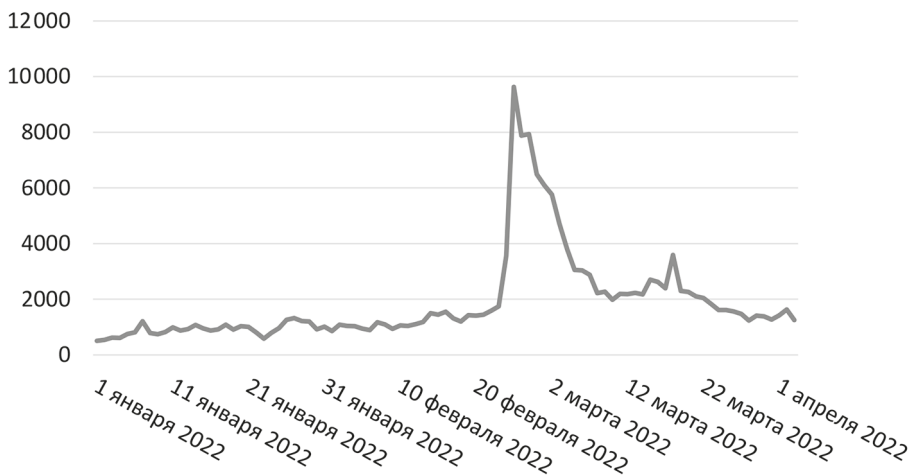


Рис. 1. Динамика протестного информационного потока в 2022 г., количество публикаций

Источник: составлено авторами по результатам исследования.

2022 г. стал существенным образом снижаться и возвращаться в дальнейшем к январским отметкам — не более 1,5 тыс. протестных сообщений в сутки. Попытка перезапуска протестной активности была предпринята в период годовщины вхождения Республики Крым и Севастополя в состав Российской Федерации, в этот период наблюдается еще один значимый ее пик.

Протестные информационные потоки были преимущественно локализованы в социальной сети «ВКонтакте». Основным же агрегатором протестного преимущественно неконвенционального информационного потока является мессенджер Telegram, который за счет политики конфиденциальности на данном этапе не встроен в работу автоматизированных сервисов мониторинга социальных медиа (см. рис. 2). Существенная локализация цифрового протестного контента в «Одноклассниках» во многом связана с массовыми блокировками отдельных цифровых площадок. Доминирование соцсети «ВКонтакте» обуславливается значительным объемом аккумулируемой аудитории и распространением среди российских пользователей, что соответствует задачам по масштабному распространению протестных триггеров и формированию протестных установок.

Говоря про пользователей, вовлеченных в протестные информационные потоки, следует отметить, что ключевыми целевыми группами протестного воздействия выступили возрастные группы 36–45 и 26–35 лет (см. рис. 3). Представители данных возрастных когорт доминируют в протестной информационной повестке. Вовлечение из данных пользовательских групп во многом обуславливается содержанием протестных информационных потоков, которые имеют два ключевых направления: первое концентрируется на политических аспектах: несменяемость власти, политические права и свободы, принимаемые

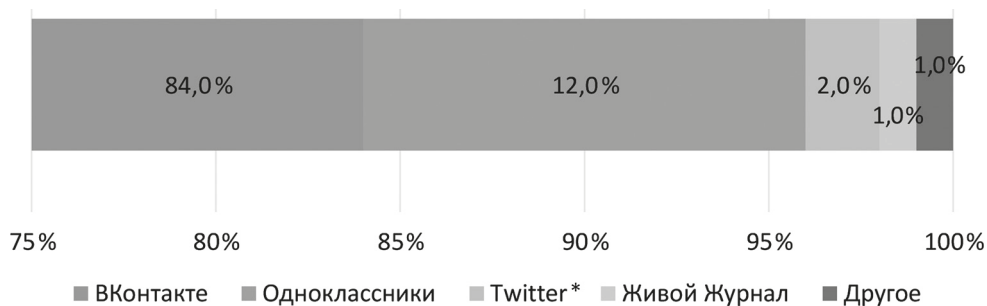


Рис. 2. Характеристика репрезентации информационных потоков в различных сегментах блогостинга

* Заблокирован Роскомнадзором на территории РФ.

Источник: составлено авторами по результатам исследования.

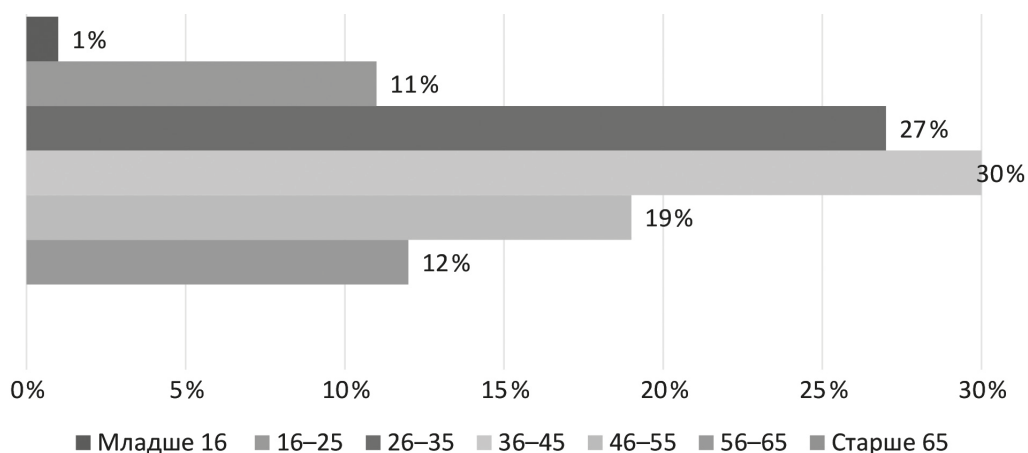


Рис. 3. Возрастные характеристики пользователей, вовлеченных в протестные информационные потоки

Источник: составлено авторами по результатам исследования.

политические решения, протестная активность в странах-соседях; второе — на социально-экономических проблемах: уровне цен, социальной политике, уровне зарплат и пенсий и др. Подобное разделение дискурсов и репертуаров позволяет вовлекать различные возрастные группы, ядром которых является работающая послевузовская молодежь и значительное по размеру активное трудоспособное население.

С точки зрения триггеров информационные потоки наполнены преимущественно повесткой, связанной с мобилизацией протестных настроений темами, имеющими отношение к специальной военной операции РФ на Украине. Данная тема запускается в связи со стартом спецоперации и используется на протяжении всего периода реализации СВО (см. рис. 4). Данный триггер на-



Рис. 4. Триггеры протестного информационного потока

Источник: составлено авторами по результатам исследования.

полняется дискурсами о недопустимости проведения СВО, пацифистскими настроениями, историями, связанными с реализацией спецоперации. Параллельно с триггером СВО запускается и активно распространяется в информационных потоках триггер, связанный с последствиями СВО: экономическими, международными, социальными, ресурсными, политическими. Отдельным направлением является дегуманизация российских военнослужащих, которые участвуют в спецоперации. В рамках данного потока концентрируется наибольшее количество фейков, искажений и дезинформации, которые используются для формирования установок несогласия с СВО и недоверия к управленческим решениям, принимаемым органами государственной власти.

Параллельно с этим широкое распространение получают триггеры, связанные с политзаключенными и действиями представителей органов правопорядка, что во многом вызвано созданием оппозиционными силами ажиотажа вокруг действий Алексея Навального* и его сторонников, а также регулярными задержаниями участников массовых и одиночных акций против спецоперации на Украине. Модераторы потока, используя опыт 2020–2021 гг., предприняли попытку использовать тему, связанную с формированием лояльности к мирным протестующим и конструированием негатива в отношении органов правопорядка, концентрируясь на силовых методах. Ситуативным стал триггер, связанный с протестами в Казахстане, который также применялся в информационном потоке. Основная цель применения триггера — попытка «заражения» протестными установками.

* Внесен Росфинмониторингом в реестр террористов и экстремистов.

Переходя к характеристикам сообществ, формирующих протестные информационные потоки, можно выделить несколько уровней реализации протестной мобилизации в современном социально-медийном пространстве и связанные с ними модели организации и управления сетевыми сообществами — платформами сетевой протестной мобилизации. Таким образом, мобилизация политического протеста в цифровой среде продолжает представлять собой иерархическую динамическую структуру (модель «воронки вовлечения»), обеспечивая целостность протестного информационного потока. Каждый из этапов направлен на решение определенной коммуникативной задачи и имеет свои особенности.

На первом этапе реализуется информирование наиболее крупных сегментов массовой интернет-аудитории — распространение умеренной оппозиционной повестки преимущественно конвенционального характера и широкого тематического/жанрового охвата, нацеленное на установление первичного контакта с аудиторией и повышение осведомленности, привлечение внимания к протестной тематике в социальных медиа среди больших и разнородных социальных групп. Второй этап связан с активизацией процесса вовлечения в протестную информационную повестку посредством работы в конкретных тематических сообществах (общеполитических, новостных, гражданских и др.). На данном этапе решается задача увеличения зрительской активности и концентрации отдельных сегментов аудитории на единых площадках. На третьем этапе происходит точечная работа с определенными сегментами аудитории, выделенными ранее. Контент отличается усилением неконвенциональной риторики, увеличением количества фейков и использованием манипулятивных практик. Кроме того, на данном этапе реализуется конвертация деятельности вовлеченных пользователей в непосредственную протестную активность при помощи онлайн- или офлайн-инструментов. Необходимо отметить важность сегментирования и микросегментирования аудитории, реализуемых на данном этапе протестной мобилизации, позволяющей обеспечивать адресность взаимодействия посредством генерации контента, отвечающего текущим запросам каждого сегмента аудитории. Четвертая ступень является наиболее узкой, представлена в закрытых сегментах (чаты, группы в мессенджерах, частные группы и др.) и характеризуются радикализацией информационных потоков, формированию цифровых лидеров протеста, а также узких протестных комьюнити, занимающихся координацией и управлением протестом. Итоговый результат действия «воронки» состоит в формировании постоянного ядра аудитории протестных информационных потоков и достижение их необходимой ролевой структуры. В табл. 1 обобщена структурная модель протестной мобилизации в российском сегменте социальных медиа.

Автоматизированная обработка аудитории протестных цифровых сообществ различного типа позволяет сделать вывод о высокой управляемости групп и плотности внутренних связей участников — пользователей сообществ, формирующих масштабные вертикально-интегрированные цифровые сети, особенно среди сообществ более узкой протестной тематической повестки, где уровень пользовательских связей достигает максимальных значений.

Таблица 1. Структура информационного потока протестной мобилизации в российском сегменте социальных медиа, наиболее крупные типы сообществ

Этап	Платформа	Аудитория	Цель
1. Информирование	Крупные цифровые сообщества широкого тематического профиля в социальных медиа	Более 500 тыс. чел.	Обеспечение первичного контакта с массовой аудиторией
2. Вовлечение	Тематические цифровые сообществ в социальных медиа (общественно-политические, информационные), страницы оппозиционных СМИ, иноагентов в социальных медиа	От 50 до 500 тыс. чел.	Вовлечение в протестные информационные потоки, выделение и концентрация отдельных сегментов аудитории
3. Активизация	Профильные цифровые сообщества гражданского активизма в социальных медиа, протестно-ориентированные страницы	От 1 до 50 тыс. чел.	Мобилизация протеста, конвертация цифровой гражданской активности отдельных сегментов аудитории
4. Удержание	Закрытые/частные сообщества в социальных медиа, приватные групповые чаты в мессенджерах	50–500 чел.	Радикализация аудитории, формирование лидеров/микролидеров протестного информационного потока, координация протеста средствами цифровой среды

Источник: составлено авторами по результатам исследования.

Основное различие между выделенными типами сообществ — уровнями протестной мобилизации в социальных медиа состоит в представленности лидеров мнений и максимальном числе связей между участниками групп. В частности, в оппозиционных сетевых онлайн-сообществах, ответственных за процесс вовлечения пользователей в протестные информационные потоки, характеризующихся многотысячной аудиторией, средний уровень представленности лидеров мнений выше, чем в сообществах следующего этапа непосредственной протестной мобилизации, составляющих меньшую совокупную аудиторию. Таким образом, масштаб аудитории цифровых сообществ прямо пропорционален представленности лидеров мнений и обратно пропорционален плотности внутренних пользовательских связей, что объясняет последовательное выпол-

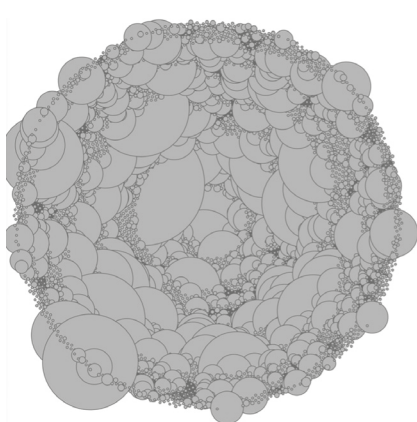


Рис. 5. Социальный граф цифрового сообщества «Против системы» в социальной сети «ВКонтакте»

Источник: составлено авторами по результатам исследования.

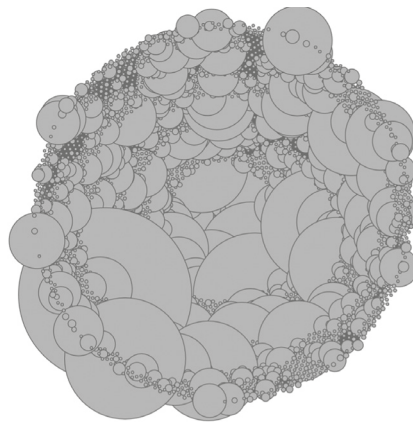


Рис. 6. Социальный граф цифрового сообщества «Соловьиный помёт» в социальной сети «ВКонтакте»

Источник: составлено авторами по результатам исследования.

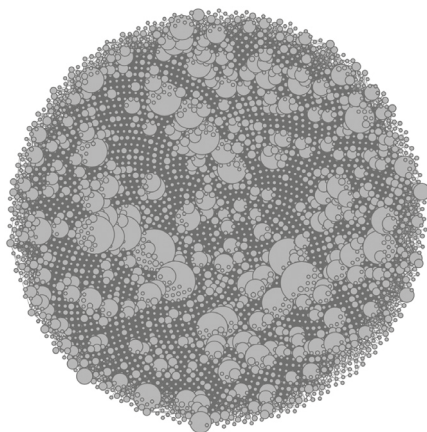


Рис. 7. Социальный граф цифрового сообщества «Пространство Политика. Москва» в социальной сети «ВКонтакте»

Источник: составлено авторами по результатам исследования.

нение ключевых задач администраторов и координаторов инфраструктуры политического протеста в социальных медиа (см. рис. 5–7).

Результаты проведенного автоматизированного анализа продемонстрировали также высокий уровень интегрированности протестных сетевых онлайн-сообществ. Ожидаемо наибольшие показатели интегрированности демонстрируют наиболее популярные протестные сообщества, ориентированные на

Таблица 2. Усредненный показатель интегрированности протестных цифровых сообществ в социальной сети «ВКонтакте», %

Название сообщества	ID	Усредненная доля пересечения аудитории
Сталингулаг	@stalin.gulag	6,17
Диванный эксперт	@sofa_expert	3,82
Соловьиный помёт	@vpomete	6,02
ZOMBIELAND НОВОСТИ	@zombieland.news	1,19
Breaking mad	@breakingmadme	3,15
Разоблачено	@disclosed_live	3,24
Россия за перемены	@russiazaperemeni	4,21
Против системы	@against_the_system_ua	6,71
Пространство Политика	@prostpolitika	0,12
Усы Пескова	@sandy_mustache_vk	13,21
Топор — горячие новости	@toporcc	12,04
Деградат нация	@degradation	5,83
К Новой Стране	@public137657941	6,12

Источник: составлено авторами по результатам исследования.

первичный контакт — вовлечение пользователей, характеризующиеся умеренным оппозиционным контентом, оперативным реагированием на внешние события-триггеры и формированием повестки дня. Необходимо подчеркнуть, что отобранная для анализа выборка цифровых сообществ включила пул разнообразных групп, представляющих каждый из выделенных ранее сегментов (этапов) протестной мобилизации аудитории. Каждое из отобранных сообществ было представлено в списке из тысячи групп с наибольшей долей пересечения аудитории, что подтверждает сформированные выводы о наличии достаточно узкой группы — ядра аудитории протестного информационного потока, интегрированной в сетевые площадки любого типа. В табл. 2 продемонстрированы примеры сообществ из выборки с высоким усредненным показателем интегрированности.

Результаты когнитивного картирования, социально-медийного анализа и метода социальных графов были дополнены методами когнитивной инструментальной диагностики — окулуметрией, нацеленной на изучение специфики восприятия цифрового протестного контента различными социальными группами.

По результатам окулуметрии можно утверждать о сохранении тенденции, заключающейся в высокой лояльности массовой аудитории к визуальным материалам, демонстрирующим «мирный» протест и «мирных» протестующих. Регулярное использование несиловых форматов протестной активности, формирование дискурсов о жестокости представителей органов правопорядка

и использование технологии их дегуманизации позволили сформировать в общественном сознании установку, что «мирные» протесты — это допустимая гражданская практика, обладающая исключительно позитивными общественными эффектами. При этом респондентами не учитывается и не подчеркивается неконвенциональный характер большинства подобных акций, а также наличие широкого пула возможностей для конвертации мирного протеста в силовой и/или радикальный. Полученные результаты свидетельствуют, что в условиях мобилизации массовых настроений использование дискурсов организации «мирного» протеста может стать основой для массового вовлечения пользователей различных социально-демографических групп в протестную повестку как в онлайн-, так и в офлайн-формате.

Пользователи с устоявшимися протестными установками и взглядами демонстрируют предрасположенность к протестному контенту и неприятие так называемой государственной повестки. Протестно настроенные респонденты будут обращать большее внимание на визуальные образы с уже прошедших протестных акций, лидеров оппозиционного и протестного движения и негативно воспринимать контент, связанный, например, с выступлением российских спортсменов на Олимпийских играх или изображением государственной символики. При этом пользователи с нейтральной позицией в условиях подобного выбора будут скорее ориентированы на неполитический контент, не связанный с протестами и политической активностью, не проявляя к первому предрасположенности и лояльности.

Визуальные материалы, включающие деятельность органов правопорядка, являются триггерами, мобилизующими протестную активность. В условиях мобилизации массовых протестов в России и Белоруссии в 2020–2022 гг. деятельность правоохранительных органов регулярно использовалась как событие-триггер, которое обеспечивает сочувствие протестующим и осуществляют активизацию сформированного за предыдущие протестные кейсы негативного отношения к органам правопорядка, что выразилось в выборе из цветового круга Люшера преимущественно темных оттенков (черный, коричневый, серый), которые характеризуют негативное отношение к увиденному. В свою очередь, послетестовая беседа подтвердила, что причиной негативного восприятия стимульного материала стали представители органов правопорядка, присутствующие в визуальном материале. Необходимо подчеркнуть, что данная тенденция характерна одновременно для пользователей с выраженными протестными установками и нейтральными, без четкой политической позиции.

С точки зрения личностных характеристик респондентов, демонстрирующих лояльность протестному и оппозиционному контенту, был выявлен и подтвержден внешний локус контроля, который подразумевает перенос ответственности за происходящие события и производимые действия на внешних акторов, в том числе на государство. Подобный перенос ответственности становится основой для мобилизации протестных настроений и вовлечения в информационные потоки, которые данные настроения распространяют. Кроме того, протестно настроенные респонденты демонстрируют низкий уровень самоконтроля (см. рис. 8), что позволяет говорить о возможности их быстрой протестной мо-

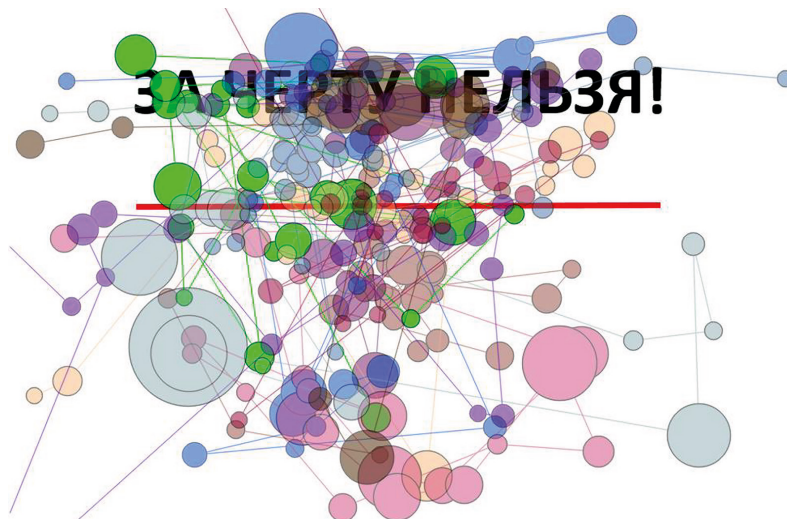


Рис. 8. Стимульные материалы, демонстрирующие уровень самоконтроля респондентов

Источник: составлено авторами по результатам исследования.

биллизации и переводе онлайн-активности в офлайн. К аспектам, связанным с уровнем самоконтроля, добавляется также склонность к рисковым моделям поведения, которые становятся еще одним основанием для участия в протестной активности в силу получения адреналина и др.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

По результатам проведенного прикладного исследования можно сформулировать следующие выводы

Во-первых, как показали результаты автоматизированного анализа весовых, динамических, структурных и содержательных характеристик протестных информационных потоков, в России ключевым событием-триггером, активизировавшим протестную активность в феврале 2022 г., стала спецоперация России на Украине. Данная событийная повестка была использована несколькими группами акторов: оппозиция, внешние политические акторы, СМИ-иноагенты — для мобилизации массовых протестных действий. Немногочисленные протестные акции, состоявшиеся в России в феврале, не стали пролонгированными, а протестный информационный поток вернулся к январским значениям. Уже в марте обозначилась тенденция на значительное снижение объемов протестных информационных потоков, несмотря на увеличившееся внешнее информационное давление и системную деятельность оппозиционных и протестных акторов по активизации протестных настроений.

Во-вторых, формируемые протестные потоки в 2022 г. следуют стратегии «хватай всех», наполняя цифровой контент релевантными для разных возраст-

ных групп дискурсами и триггерами. Отсюда в цифровом потоке как в контексте протестных акций в феврале, так и в рамках регулярного распространения протестного и оппозиционного контента используются дискурсы о социальной незащищенности, экономическом кризисе, политических правах и свободах и др., не связанных с проведением специальной военной операции напрямую.

В-третьих, результаты автоматизированной обработки аудитории протестных цифровых сообществ демонстрируют высокую управляемость групп и плотность связей между вовлеченными пользователями-участниками. Выполнение задач по администрированию и координации протестной активности объясняет масштаб аудитории цифровых сообществ, который прямо пропорционален представленности лидеров мнений и обратно пропорционален плотности внутренних пользовательских связей.

В-четвертых, как показали результаты окулуметрии, модераторы протестных потоков используют ряд апробированных и подтвердивших эффективность технологий генерации контента, среди которых в том числе ориентация на «мирные» протесты и резко негативное отношение к правоохранительным органам. Подобный контент требует разработки технологий противодействия и нивелирования. При этом ряд технологических приемов, реализуемых модераторами протестного контента, доказывает несостоятельность и в некоторых случаях демонстрирует обратные эффекты. Особое значение имеют персональные психоэмоциональные характеристики пользователей, вовлеченных в протестные информационные потоки, включая внешний локус контроля, раздражительность и импульсивность, склонность к рисковому поведению, которые активно используются модераторами для управления массовой аудиторией.

Литература

Ахременко А. С., Бродовская Е. В. Влияние новых информационно-коммуникационных технологий на гражданский и политический активизм: «линии напряжения» дискуссионного поля // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2021. № 6 (166). С. 4–27. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2021.6.2111>

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>

Ахременко А. С., Петров А. П. Ч., Жеглов С. А. Как информационно-коммуникационные технологии меняют тренды в моделировании политических процессов: к агентному подходу // Политическая наука. 2021. № 1. С. 12–45. <https://doi.org/10.31249/poln/2021.01.01>

Ахременко А. С., Петров А. П. Ч., Стукал Д. К., Жеглов С. А., Хавроненко М. В. На что способны боты? (Модель протестной и контрпротестной политической мобилизации) // Политика: Анализ. Хроника. Прогноз (Журнал политической философии и социологии политики). 2021. № 3 (102). С. 172–194. <https://doi.org/10.30570/2078-5089-2021-102-3-172-194>

Бродовская Е. В., Домбровская А. Ю., Карзубов Д. Н., Синяков А. В. Развитие методологии и методики интеллектуального поиска цифровых маркеров политических процессов в социальных медиа // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2017. № 5 (141). С. 79–104. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2017.5.06>

Бродовская Е. В., Домбровская А. Ю., Лихачева Э. В., Николаева Л. П., Огнев А. С., Парма Р. В. Взаимосвязь конформного поведения и протестных установок современной молодежи // Человеческий капитал. 2021. № 10(154). С. 95–101. <https://doi.org/10.25629/HC.2021.10.13>

Бронников И. А. Кризис представительной демократии и новые практики гражданского активизма // *PolitBook*. 2018. № 1. С. 64–78.

Ваньке А., Ксенофонтова И., Тартаковская И. Интернет-коммуникации как средство и условие политической мобилизации в России // *INTER*. 2014. № 7. С. 44–74.

Далтон Р. Дж. Сравнительная политология: микроповеденческий аспект // *Политическая наука: Новые направления*. М.: Вече, 1999. С. 330–344.

Данливи П. Политическое поведение: институциональный и эмпирический подходы // *Политическая наука: Новые направления*. М.: Вече, 1999. С. 281–296.

Попова О. В. Потенциал политического протеста молодежи российских мегаполисов через призму анализа коммуникации в ВКонтакте // *Южно-российский журнал социальных наук*. 2020. Т. 21, № 4. С. 6–23. <https://doi.org/10.31429/26190567-21-4-6-23>

Пустовойт Ю. А. Мобилизационная повестка поколений в зеркале системы “IQBuzz” (опыт анализа протестов в сибирских городах) // *Журнал политических исследований*. 2021. Т. 5, № 2. С. 102–116. <https://doi.org/10.12737/2587-6295-2021-5-2-102-116>

Стукал Д. К., Шилина А. Н. Отношение к власти как фактор восприятия политического троллинга в российских социальных медиа // *Полис*. Политические исследования. 2022. № 4. С. 179–191. <https://doi.org/10.17976/jpps/2022.04.14>

Bisbee J., Larson J. Testing Social Science Network Theories with Online Network Data: An Evaluation of External Validity // *American Political Science Review*. 2017. Vol. 111, no. 3. P. 502–521. <https://doi.org/10.1017/S0003055417000120>

Bode L. Pruning the News Feed: Unfriending and Unfollowing Political Content on Social Media // *Research & Politics*. 2016. Vol. 3, no. 3. <https://doi.org/10.1177/2053168016661873>

Boulianne S. Social Media Use and Participation: A Meta-Analysis of Current Research. *Information // Communication & Society*. 2015. Vol. 18. P. 524–538. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1008542>

Boulianne S., Theocharis Y. Young People, Digital Media, and Engagement: A Meta-Analysis of Research // *Social Science Computer Review*. 2020. Vol. 38, no. 2. P. 111–127. <https://doi.org/10.1177/0894439318814190>

Cabrera N. L., Matias C. E., Montoya R. Activism or Slacktivism? The Potential and Pitfalls of Social Media in Contemporary Student Activism // *Journal of Diversity in Higher Education*. 2017. Vol. 10, no. 4. P. 400–415.

Deviatko I. F., Byzov A. A. Measuring Respondents' Cognitive Load Related to Making Factual and Normative Judgments // *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. 2022. No. 6. P. 291–308. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2022.6.2290>

Hardy B., Scheufele D. Examining differential gains from Internet use: comparing the moderating role of talk and online interactions // *Journal of Communication*. 2005. Vol. 55 (1). P. 71–84. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2005.tb02659.x>

Howard Ph. N., Parks M. R. Social Media and Political Change: Capacity, Constraint and Consequence // *Journal of Communication*. 2012. No. 62. P. 359–362. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01626.x>

Johnson B., Neo R., Heijnen M., Smits L., van Veen C. Issues, Involvement, and Influence: Effects of Selective Exposure and Sharing on Polarization and Participation // *Computers in Human Behavior*. 2020. Vol. 104. Article 106155. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.09.031>

Jost T. J., Barbera P., Bonneau R., Langer M., Metzger M., Nagler J., Sterling J., Tucker A. J. How Social Media Facilitates Political Protest: Information, Motivation, and Social Networks // *Advances in Political Psychology*. 2018. Vol. 39, no. 1. P. 85–118. <https://doi.org/10.1111/POPS.12478>

McPherson M., Smith-Lovin L., Cook J. M. Birds of a Feather: Homophily in Social Networks // *Annual Review of Sociology*. 2001. Vol. 27, no. 1. P. 415–444. <https://doi.org/10.3410/f.725356294.793504070>

Morozov E. *The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom*. New York: Public Affairs, 2012. 432 p.

Settle J. *Frenemies: How Social Media Polarizes America*. Cambridge: Cambridge University Press, 2018. 316 p.

Steinert-Threlkeld Z. C., Mocanu D., Vespignani A., Fowler J. Online social networks and offline protest // EPJ Data Science. 2015. No. 4 (1). Article 19. <https://doi.org/10.1140/epjds/s13688-015-0056-y>

Бродовская Елена Викторовна — д-р полит. наук, проф.; brodovskaya@inbox.ru

Давыдова Мария Александровна — лаборант-исследователь;
marchikdavydova@mail.ru

Лукушин Владимир Андреевич — лаборант-исследователь; lukushin@aol.com

Статья поступила в редакцию: 3 августа 2022 г.;

рекомендована к печати: 7 марта 2023 г.

Для цитирования: Бродовская Е. В., Давыдова М. А., Лукушин В. А. Информационный поток протестной мобилизации в российском сегменте социальных медиа // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС. 2023. Т. 19, № 2. С. 195–214.
<https://doi.org/10.21638/spbu23.2023.204>

INFORMATION FLOW OF PROTEST MOBILIZATION IN THE RUSSIAN SEGMENT OF SOCIAL MEDIA*

Elena V. Brodovskaya

Financial University under the Government of the Russian Federation,
49, Leningradsky pr., Moscow, 125167, Russian Federation; brodovskaya@inbox.ru

Maria A. Davydova

Financial University under the Government of the Russian Federation,
49, Leningradsky pr., Moscow, 125167, Russian Federation; marchikdavydova@mail.ru

Vladimir A. Lukushin

Financial University under the Government of the Russian Federation,
49, Leningradsky pr., Moscow, 125167, Russian Federation; lukushin@aol.com

This article presents the results of applied political research dedicated to the analysis of information flows of protest mobilization in the Russian segment of the social media. The context of the research is conditioned by the increasing external information pressure, destructive activities of opposition political actors, as well as protest processes in neighboring countries, which are used to implement the technology of contagion and distribution of protest activity on the territory of the Russian Federation. The research methodology is based on the use of a hybrid strategy and a combination of modern methods of socio-media predictive analytics: cognitive mapping of digital content, automated social media analysis, social graph method, and oculometric (eye-track) analysis. According to the results of the study the authors made a conclusion about the significant impact of the special military operation in Ukraine on the level of protest potential in the society: at the start of the special operation the growth of protest sentiments was determined, in the process of implementation the decrease and growth of social consolidation. During 2022 the moderators of protest information flows, following the 'catch-all' strategy use a variety of triggers: violation of political rights and freedoms, social problems, new geopolitical challenges. Protest communities generating digital content aimed at protest audiences are characterized by high controllability and density of internal connections. The greatest mobilization efficiency was demonstrated by

* The study was supported by a grant from the Russian Science Foundation (project no. 20-18-00274), HSE University.

communities with a high proportion of opinion leaders. At the same time in the process of formation of protest information flows continues to use the technology of demonstration of 'peaceful' protest, which allows to scale the user audience. Users characterized by a restlessness, impulsiveness, risky behavioral patterns and an external locus of control demonstrated loyalty to protest content.

Keywords: political protest, protest mobilization, digital protest, social media, information flows, digital content, digital communication, oculometry, social media analysis.

References

- Akhremenko A. S., Brodovskaya E. V. The Impact of New Information and Communication Technologies on Civic and Political Activism: "Tension Lines" of the Discussion Field. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*, 2021, no. 6 (166), pp. 4–27. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2021.6.2111> (In Russian)
- Akhremenko A. S., Petrov A. P. Ch., Stukal D. K., Zheglov S. A., Khavronenko M. V. What can bots do? (Model of protest and counterprotest political mobilization). *Politiya: Analysis. Chronicle. Forecast (Journal of Political Philosophy and Sociology of Politics)*, 2021, no. 3 (102), pp. 172–194. <https://doi.org/10.30570/2078-5089-2021-102-3-172-194> (In Russian)
- Akhremenko A. S., Petrov A. P. Ch., Zheglov S. A. How Information and Communication Technologies Change Trends in Modeling Political Processes: Toward an Agent-Based Approach. *Political Science (RU)*, 2021, no. 1, pp. 12–45. <https://doi.org/10.31249/poin/2021.01.01> (In Russian)
- Akhremenko A. S., Stukal D. K., Petrov A. P. Network or text? Factors of protest spread in social media: theory and data analysis. *Polis. Political Studies*, 2020, no. 2, pp. 73–91. <https://doi.org/10.17976/jpps/2020.02.06> (In Russian)
- Bisbee J., Larson J. Testing Social Science Network Theories with Online Network Data: An Evaluation of External Validity. *American Political Science Review*, 2017, vol. 111, no. 3, pp. 502–521. <https://doi.org/10.1017/S0003055417000120>
- Bode L. Pruning the News Feed: Unfriending and Unfollowing Political Content on Social Media. *Research & Politics*, 2016, vol. 3, no. 3. <https://doi.org/10.1177/2053168016661873>
- Boulianne S. Social Media Use and Participation: A Meta-Analysis of Current Research. Information. *Communication & Society*, 2015, vol. 18, pp. 524–538. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1008542>
- Boulianne S., Theocharis Y. Young People, Digital Media, and Engagement: A Meta-Analysis of Research. *Social Science Computer Review*, 2020, vol. 38, no. 2, pp. 111–127. <https://doi.org/10.1177/0894439318814190>
- Brodovskaya E. V., Dombrovskaya A. Yu., Karzubov D. N., Sinyakov A. V. Development of methodology and methodology of intellectual search for digital markers of political processes in social media. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*, 2017, no. 5 (141), pp. 79–104. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2017.5.06> (In Russian)
- Brodovskaya E. V., Dombrovskaya A. Yu., Likhacheva E. V., Nikolaeva L. P., Ognev A. S., Parma R. V. Interrelation of conformal behavior and protest attitudes of modern youth. *Human Capital*, 2021, no. 10 (154), pp. 95–101. <https://doi.org/10.25629/HC.2021.10.13> (In Russian)
- Bronnikov I. A. The crisis of representative democracy and new practices of civic activism. *PollitBook*, 2018, no. 1, pp. 64–78. (In Russian)
- Cabrera N. L., Matias C. E., Montoya R. Activism or Slacktivism? The Potential and Pitfalls of Social Media in Contemporary Student Activism. *Journal of Diversity in Higher Education*, 2017, vol. 10, no. 4, pp. 400–415.
- Dalton R. J. Comparative political science: a micro-behavioral aspect, in: *Political Science: New Directions*. Moscow: Veche Publ., 1999, pp. 330–344. (In Russian)
- Devyatko I. F., Byzov A. A. Measuring the cognitive load of respondents associated with making factual and normative judgments. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*, 2022, no. 6, pp. 291–308. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2022.6.2290>
- Dunleavy P. Political behavior: institutional and empirical approaches, in: *Political Science: New Directions*. Moscow: Veche Publ., 1999, pp. 281–296. (In Russian)

Hardy B., Scheufele D. Examining differential gains from Internet use: comparing the moderating role of talk and online interactions. *Journal of Communication*, 2005, vol. 55 (1), pp. 71–84. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2005.tb02659.x>

Howard Ph. N., Parks M.R. Social Media and Political Change: Capacity, Constraint and Consequence. *Journal of Communication*, 2012, no. 62, pp. 359–362. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01626.x>

Johnson B., Neo R., Heijnen M., Smits L., van Veen C. Issues, Involvement, and Influence: Effects of Selective Exposure and Sharing on Polarization and Participation. *Computers in Human Behavior*, 2020, vol. 104, article 106155. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.09.031>

Jost T.J., Barbera P., Bonneau R., Langer M., Metzger M., Nagler J., Sterling J., Tucker A. J. How Social Media Facilitates Political Protest: Information, Motivation, and Social Networks. *Advances in Political Psychology*, 2018, vol. 39, no. 1, pp. 85–118. <https://doi.org/10.1111/POPS.12478>

McPherson M., Smith-Lovin L., Cook J.M. Birds of a Feather: Homophily in Social Networks. *Annual Review of Sociology*, 2001, vol. 27, no. 1, pp. 415–444. <https://doi.org/10.3410/f.725356294.793504070>

Morozov E. *The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom*. New York: Public Affairs, 2012. 432 p.

Popova O.V. Potential of political protest of the youth of Russian megapolises through the prism of analysis of communication in Vkontakte. *South-Russian Journal of Social Sciences*, 2020, vol. 21, no. 4, pp. 6–23. <https://doi.org/10.31429/26190567-21-4-6-23> (In Russian)

Pustovoit Y.A. Mobilization agenda of generations in the mirror of the system “IQBuzz” (The experience of analysis of protests in Siberian cities). *Journal of Political Studies (RU)*, 2021, vol. 5, no. 2, pp. 102–116. <https://doi.org/10.12737/2587-6295-2021-5-2-102-116> (In Russian)

Settle J. *Frenemies: How Social Media Polarizes America*. Cambridge: Cambridge University Press, 2018. 316 p.

Steinert-Threlkeld Z. C., Mocanu D., Vespignani A., Fowler J. Online social networks and offline protest. *EPJ Data Science*, 2015, no. 4 (1), article 19. <https://doi.org/10.1140/epjds/s13688-015-0056-y>

Stukal D.K., Shilina A.N. Attitude to power as a factor in the perception of political trolling in Russian social media. *Polis. Political Studies*, 2022, no. 4, pp. 179–191. <https://doi.org/10.17976/jpps/2022.04.14> (In Russian)

Vanke A., Ksenofontova I., Tartakovskaya I. Internet communications as a means and condition of political mobilization in Russia. *INTER*, 2014, no. 7, pp. 44–74. (In Russian)

Received: August 3, 2022

Accepted: March 7, 2023

For citation: Brodovskaya E.V., Davydova M.A., Lukushin V.A. Information flow of protest mobilization in the Russian segment of social media. *Political Expertise: POLITEX*, 2023, vol. 19, no. 2, pp. 195–214. <https://doi.org/10.21638/spbu23.2023.204> (In Russian)