

ЦИФРОВОЙ ПРОТЕСТ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ: СПЕЦИФИКА МОЛОДЁЖНОЙ АУДИТОРИИ¹

DIGITAL PROTEST IN SOCIAL MEDIA: SPECIFICITY OF THE YOUTH AUDIENCE

К.А. Платонов

кандидат социологических наук, РЦ
ЦСИИ, СПбГУ

Цифровой протест — относительно новая форма общественного активизма, которая уже изменила мир современной политики. Статья рассматривает особенности современной молодёжи как движущей силы протеста в пространстве социальных сетей.

Ключевые слова: протест, социальные сети, молодёжь, информационное общество, цифровой протест

K.A. Platonov

Candidate of Sociological Sciences, RC
CSIR, SPbSU

Digital protest is a rather new form of social activism has already changed the world of contemporary politics. The article considers the features of modern youth as a driving force of protest in the space of social media.

Keywords: protest, social networks, youth, information society, digital protest

Классические исследования протеста исторически развивались параллельно с пониманием природы социальных движений и их генезиса. Эта логика была подробно проработана в теориях мобилизации ресурсов и политических возможностей [1, 2]. Эффективность достижения движением целей определяется совокупностью факторов, например таких, как общее мировоззрение и единство структуры [3].

В теории политического дискурса одним из ключевых факторов для формирования протестного движения является сочетание осознания возможности влияния на ситуацию и недоверия к существующим институтам власти [4]. При этом, в эпоху медиа дискурс, основанный на противоборстве различных точек зрения, переходит в качественно новую фазу, обретая формат навязывания моделей интерпретаций, в связи с чем протест как явление также может рассматриваться как конструкт [5]. И именно социальные медиа выступают в качестве влиятельных «агрегаторов» для

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта «Социологический анализ протестного потенциала российской студенческой молодежи» №18-011-00477.

конструирования цифрового протеста за счёт своей возможности интегрироваться в структуру квазисоциальных связей.

Прикладные исследования протеста, использующие данные из социальных сетей, существуют достаточно давно [6, 7]. Направление постепенно приобрело серьёзные перспективы за счёт возможности достаточно точного и таргетированного анализа онлайн-сообществ. Роль социальных медиа в развитии современных протестных движений может быть выражена как в специфике быстрой и доступной доставки информации, так и в возможностях продвижения тех или иных идей и установок через контент [8, 9]. За счёт скорости распространения информации такие площадки остаются удобной средой для распространения протестного контента и конструирования интерпретаций. Интернет стал новой средой для формирования структур мобилизации [10].

В ряде случаев онлайн-сообщества оказались настолько эффективным инструментом для стимулирования гражданской активности, что правительства некоторых государств были вынуждены модифицировать своё законодательство [11]. Успешное применение онлайн-площадок в целях актуализации протестных настроений в соцсетях продиктовано, с одной стороны, самой их спецификой (направленностью на формирование групп, а не межличностных связей), а с другой — преодолением традиционных геополитических границ [12].

Таким образом, блоги и социальные сети могут использоваться как ресурс мобилизации протестной активности за счёт относительной простоты вовлечения новых аудиторий [13, 14]. В то же время сторонники теории slacktivism показывают обратную сторону воздействия интернета на потенциал протеста, отмечая, что в социальных сетях активность превращается в популистскую фикцию, политическую игру, что приводит к отчуждению аудитории от конкретных практик реального политического участия [15]. Всё же, зачастую, то, относим ли мы ту или иную онлайн-активность к slacktivismу, зависит от обстоятельств конкретной информационной кампании [16].

В числе наиболее значимых проблем, решаемых в ходе прикладных исследований цифрового протеста, особого внимания заслуживают следующие:

- Вопрос о влиянии онлайн-сообщества на других участников и, опосредованно, на общественное мнение. Проблема

идентификации, взаимодействия и «конвертации» аффилированных и неаффилированных участников сообществ (affiliates и unaffiliates) [17].

- Вопрос об идентификации и измерении уровня солидарности движений в онлайн-пространстве.

- Проблема связи онлайн- и офлайн-актов протеста (в пространстве и времени). Определение информативных предикторов и скрытых переменных.

Современные исследования цифрового протеста показывают, что волнения можно спрогнозировать по метрикам активности [18] и тематикам контента [19]. Но от каких факторов зависит способность актов цифрового протеста, например, петиций, рассылок, онлайн-бойкотов [20], провоцировать реальные протестные действия? Одним из ключевых вопросов event-анализа протеста в контексте интернет-исследований остаётся проблема понимания и описания связи между виртуальными и реальными коллективными действиями, направленными на выражение недовольства и несогласия [21].

Особенности молодёжной аудитории

Несмотря на ограничения, существующие в применении данных из социальных сетей, именно этот источник касательно молодёжной аудитории оказывается одним из наиболее ценных для анализа. Сейчас молодёжь является одной из наиболее активных аудиторий социальных сетей, по данным Левада-Центра 77% жителей России в возрасте 18-24 лет пользуются «ВКонтакте» [22]. Особенно это актуально для учащихся. Многие современные студенты с помощью социальных сетей создают новые социальные связи и поддерживают уже существующие [23, 24]. Публичный капитал, приобретаемый в соцсетях, может трансформироваться в капитал социальный, а участие и активность в тематических сообществах — оказывать существенное влияние на идентичность и вовлечённость пользователей в реальные инициативы. Мощное влияние и эффективность студенческих сетей, действующих в контексте социальных медиа, показана рядом исследователей, например, на кейсе чилийского движения 2011-2012 годов [25]. Относительно молодёжи, как особой социальной группы, уровень воздействия социальных сетей на реальный протестный потенциал может быть, как недооценён, так и в существенной степени переоценён. Предполагается, что среди ключевых особенностей аудитории могут быть выделены следующие черты:

- В целом, более интенсивный режим использования социальной сети. Потенциально влияет на возможную скорость мобилизации ресурсов протестного движения.

- Выбор определённых социальных сетей. Для российской молодёжи существует существенный перекоп в сторону ВКонтакте и Instagram [26]. Значимость визуального контента.

- Высокий уровень компьютерной, а в ряде случаев и бытовой правовой грамотности: молодые пользователи хорошо представляют себе, что такое анонимность и настройки приватности. Для тинейджеров сфабрикованный аккаунт — зачастую не столько бегство от слежки со стороны сети, сколько защита от надзора старших, в том числе родителей [27].

- Более высокая значимость и сплочённость сообществ для их участников: зависимость масштабов участия в онлайн-протесте от уровня коллективной эффективности [28]. Высокий интерес к «знакам внимания»: негласное соревнование за лайки и друзей. Эти факторы определяют специфику каналов воздействия на аудиторию: окружение зачастую может влиять больше, чем официальные лидеры мнений и СМИ.

- Специфическая партиципаторная культура. Как следствие, существенное влияние Friendship-Driven Online Participation в противовес Politics-Driven и (в меньшей степени) Interest-Driven [29]. Эта особенность делает особенно значимыми структурно-ориентированные исследовательские стратегии (анализ дружеских, коммуникационных и других связей), позволяющие в отличие от контентно-ориентированных оценить уровень солидарности.

- Социальные сети привлекательны для молодёжи в контексте возможности выражения протестных интенций за счёт сглаживания политического неравенства [30]. Этот эффект рассматривается в концепциях совещательной и партиципаторной демократии. В условиях развития префигуративной культуры именно молодёжь быстрее других категорий тестирует новые партиципаторные практики и каналы коммуникации.

Проблемы и ограничения

Доступность молодёжной аудитории в социальных сетях постоянно растёт, что позволяет собирать большие объёмы данных, впрочем, это не отменяет проблем, касающихся обеспечения качества получаемой информации. Наиболее очевидные ограничения, усложняющие сбор и обработку корректных данных в интернет-

исследованиях в целом (например, искажения со стороны ботов и троллей, проблема распространения неуникального контента), типичны почти для всех аудиторий. Значимых специфических сложностей, с которыми сталкивается исследователь именно при изучении молодёжи, не так много.

- Проблема построения выборок: нужную аудиторию требуется отсеять по возрасту. Пользователи часто не указывают свой год рождения, либо указывают некорректно. В качестве предиктора этой переменной используются косвенные метрики (например, медиана возраста друзей), но и они обладают ощутимой погрешностью. Существуют исследования по определению пола и возраста автора из стиля текста, такие алгоритмы далеки от совершенства, не обладают универсальностью [31].

- Проблемы с репрезентирующими сообществами. Например, официальные и даже неофициальные онлайн-сообщества вузов в числе участников содержат много выпускников, обсуждения в них зачастую не отличаются активностью. Нередко невозможно заранее определить, в каких именно сообществах можно найти релевантный контент.

- Молодая аудитория чаще склонна к отсутствию чёткой и непротиворечивой политической позиции, переключению с одной идеологии на другую, примыканию к тем или иным движениям «за компанию» или «из любопытства».

- Доступ к данным. Тенденция к созданию частных сообществ. Гипотетически, чем выше уровень протестных настроений в сообществе, тем в большей степени его создатели и администраторы будут стараться ограничить доступ к данным. Таким образом, сообщество будет оказывать очень сильное, но, очевидно, локальное влияние на участников.

Литература:

1. Olson M. The Logic of Collective Action: Public Goods and the Theory of Groups. Cambridge, MA: Harvard University Press. 1965. 186 p.
2. McCarthy, J. & Zald, M. (1977). Resource Mobilization and Social Movements: A Partial Theory. American Journal of Sociology. 82. 1212-1241. 10.1086/226464.

3. Tilly C. From Mobilization to Revolution. University of Michigan, March 1977.p.8
4. Gamson W.A. Power and discontent. Homewood, IL: Dorsey Press, 1968. p.48
5. Gamson, W.A., & Modigliani, A. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach. *American journal of sociology*, 95(1), 1-37.
6. Gould R.V. Multiple networks and mobilization in the Paris commune, 1871 // *American Sociological Review*. — 1991. — Nr. 56. — P. 716—729.
7. Social structure from multiple networks. I. Blockmodels of roles and positions / White, Harrison C., Scott A. Boorman, Ronald L. Breiger // *American Journal of Sociology*. — 1976. — Nr. 81. — P. 730—780.
8. Tufekci, Zeynep, & Wilson, Christopher. 2012. “Social Media and the Decision to Participate in Political Protest: Observations From Tahrir Square.” *Journal of Communication* 62: 363-379.
9. Balcı, Ş. & Gölcü, A. (2013). The Role and Impacts of Social Media in Social Movements: Example of the Arab Spring.
10. Castells, M. *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*. Cambridge: Polity Press, 2012. — 323 p.
11. Marcoux, M., & Lusseau, D. (2014). The influence of repressive legislation on the structure of a social media network. *Europhysics Letters*, 104(5), (58004). DOI: 10.1209/0295-5075/104/58004
12. Gangopadhyay, Saswati. (2015). Digital Media and Social Movements. *Communication Today*.
13. Theocharis, Yannis & Lowe, Will & Deth, Jan W. van & Albacete, Gema. (2014). Using Twitter to mobilise protest action: Online mobilization patterns and action repertoires in the Occupy Wall Street, Indignados, and Aganaktismenoi movements. *Information Communication and Society*. 10.1080/1369118X.2014.948035.
14. Steinert-Threlkeld, Z. & Mocanu, D. & Vespignani, A. & Fowler, J. (2015). Online social networks and offline protest. *EPJ Data Science*. 4. 10.1140/epjds/s13688-015-0056-y.
15. Morozov E. *The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom*. — NY: PublicAffairs, 2012. p.201
16. Christensen, H. S.. Political activities on the internet: Slacktivism or political participation by other means? *First Monday*, 16(2), 2011.

17. Nixon, P., Rawal, R., & Mercea, D. (Eds.). (2013). *Politics and the Internet in comparative context: Views from the cloud* (Vol. 11). Routledge.
18. Ranganath, S., Morstatter, F., Hu, X., Tang, J., Wang, S., & Liu, H. (2016, February). Predicting Online Protest Participation of Social Media Users. In *AAAI* (pp. 208-214).
19. Qi, H., Manrique, P., Johnson, D., Restrepo, E., & Johnson, N. F. (2016). Open source data reveals connection between online and on-street protest activity. *EPJ data science*, 5(1), 18.
20. Earl, J. (2006) 'Pursuing social change online', *Social Science Computer Review*, vol. 24, no. 3, pp. 362—377
21. Steinert-Threlkeld, Z. C., Mocanu, D., Vespignani, A., & Fowler, J. (2015). Online social networks and offline protest. *EPJ Data Science*, 4(1), 19.
22. Левада-Центр. Социальные сети. 24.01.2017, URL: <http://www.levada.ru/2017/01/24/obshhenie-v-sotssetyah/>
23. Ellison, N. & Steinfield, C. & Lampe, C. (2007). The Benefits of Facebook "Friends:" Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites. *J. Computer-Mediated Communication*. 12. 1143-1168. 10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x.
24. Jacobsen, W. & Forste, R. (2010). The Wired Generation: Academic and Social Outcomes of Electronic Media Use Among University Students. *Cyberpsychology, behavior and social networking*. 14. 275-80. 10.1089/cyber.2010.0135.
25. García C., Chauveau P., Ledezma J., Pinto M. What can Social Media teach us about protests? Analyzing the Chilean 2011-12 Student Movement's Network evolution through Twitter data. arXiv:1308.2451
26. ВЦИОМ. Каждому возрасту — свои сети. 12.02.2018, URL:<https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116691>
27. Boyd, D., Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life (December 3, 2007). Youth, Identity, and Digital Media, David Buckingham, ed., The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning, The MIT Press, Cambridge, MA, 2008 ; Berkman Center Research Publication No. 2007-16.
28. Velasquez, A., & LaRose, R. (2015). Youth collective activism through social media: The role of collective efficacy. *New Media & Society*, 17(6), 899-918.
29. Kahne, J., Lee, N. J., & Feezell, J. T. (2013). The civic and political significance of online participatory cultures among youth

transitioning to adulthood. *Journal of Information Technology & Politics*, 10(1), 1-20.

30. Xenos, M., Vromen, A., & Loader, B. D. (2014). The great equalizer? Patterns of social media use and youth political engagement in three advanced democracies. *Information, Communication & Society*, 17(2), 151-167.

31. Nguyen, D., Trieschnigg, D., Doğruöz, A. S., Gravel, R., Theune, M., Meder, T., & De Jong, F. (2014). Why gender and age prediction from tweets is hard: Lessons from a crowdsourcing experiment. In *Proceedings of COLING 2014, the 25th International Conference on Computational Linguistics: Technical Papers* (pp. 1950-1961).