

# **Финальный аккорд: III волна исследования политизации социальных сетей Интернета**

## **Final chord: III wave of research on politicization of social networks of the Internet**

### **Лымарь Е.М.**

Дипломированный бакалавр по направлению «Политология»  
e-mail: lymarkate@mail.ru

### **Lyumar E.M.**

Bachelor degree in Political Sciences  
e-mail: lymarkate@mail.ru

### **Федорченко С.Н.**

Канд. полит. наук, доцент кафедры политологии и права; заместитель декана факультета истории, политологии и права по научной работе и международным отношениям Московского государственного областного университета, доцент  
E-mail: sn.fedorchenko@mgou.ru

### **Fedorchenko S.N.**

Candidate of Political Sciences, Associate Professor, Associate Professor of Political Science and law department; Deputy Dean of the Faculty of History, Political Science and Law for scientific work and international relations, Moscow Region State University  
E-mail: sn.fedorchenko@mgou.ru

### **Белюстин А.А.**

Дипломированный бакалавр по направлению «Политология»  
e-mail: belbic@mail.ru

### **Belustin A.A.**

Bachelor degree in Political Science  
e-mail: belbic@mail.ru

### **Федорченко Л.В.**

Канд. полит. наук, доцент кафедры гуманитарных дисциплин Московского политехнического университета  
e-mail: kascandra@mail.ru

### **Fedorchenko L.V.**

Candidate of Political Sciences, Associate Professor of Humanities, Moscow Polytechnic University  
e-mail: kascandra@mail.ru

### **Аннотация**

Статья посвящена итогам I, II и III волн политологического проекта – «Глобального исследования политизации социальных сетей». В качестве научной методологии был избран контент-анализ политического дискурса социальных сетей, принципы компаративистики, а также метод кейс-стади. Финальная волна проекта дополнительно подтвердила, что подрыв доверия граждан различных государств к таким

демократическим институтам, как партии и парламент приводит не только к видимым последствиям – политическому абсентеизму и общественному эскапизму, но и провоцирует более глубокий процесс стремительной политизации сообществ социальных сетей Интернета. Эмпирические данные волн показывают, что в странах различных регионов – от Латинской Америки до Восточной Европы – существуют провластные, умеренно оппозиционные и радикальные сетевые сообщества, формирующие общие сетевые политические культуры и соответствующие политические сетевые идентичности. Авторы обнаружили, что из-за роста коммуникационных связей представителей аморфных политических субкультур на базе сетевых сообществ Интернета формируются более устойчивые и постоянные сетевые политические идентичности. Подобное можно связать с «принципом Стаута», согласно которому длительная политическая практика трансформируется в политическую традицию. Следовательно, для разрушения сетевой политической идентичности нужны более фундаментальные политические и социально-экономические процессы. Сделано и другое наблюдение: в настоящее время активно развивается сегмент ИТ-бизнеса, заинтересованный в «погружении» граждан в социальные сети. Политико-консалтинговые фирмы, связанные с данным сегментом бизнеса, нацелены исследовать активность интернет-пользователей посредством инновационной психометрической методологии Big Data. Заказчиком такого рода исследований являются следующие политические субъекты: государство, партии, близкий к ним бизнес, а также экстремистские организации. Результатом этого становится целостный политико-технологический процесс, тесно связанный с сетевыми политическими идентичностями: анализ цифровых следов пользователей с помощью инструментов Big Data; выявление политизированных пользователей Интернета и существующих сетевых политических идентичностей; таргетированная микро-целевая пропаганда; новая, итоговая сконструированная целевая аудитория в виде сетевой политической идентичности или группы лояльных пользователей. Неслучайно исследование показало, что в различных странах мира власти нацелены не только на политическую цензуру, но и на создание в Интернете собственных «носителей легитимности», провоцируя конструирование относительно устойчивых сетевых политических идентичностей через распространение специфических алгоритмов взаимодействия граждан в социальных сетях.

**Ключевые слова:** легитимность, Big Data, социальные сети, власть, политический режим, Интернет, политизация, идентичность, политические коммуникации, сетевая политическая идентичность, Cambridge Analytica.

### **Abstract**

The article is devoted to the results of the I, II and III waves of the political science project – "Global study of the politicization of social networks". The content analysis of the political discourse of social networks, the principles of comparative studies, as well as the case study method were chosen as a scientific methodology. The final wave of the project also confirmed that the undermining of confidence of citizens of different States, such democratic institutions as parties and Parliament leads not only to the visible consequences of political absenteeism and social disadvantage, but also provokes a deeper process of rapid politicization of the communities the social networks of the Internet. The empirical data of the wave show that in countries in different regions – from Latin America to Eastern Europe, there are Pro-government, moderate opposition and the radical community network, forming a network shared political culture and the political network identity. The authors found that due to the growth of communication links between representatives of amorphous political subcultures, more stable and permanent network political identities are formed on the basis of Internet communities. This can be linked to the «Stout principle», according to which long-term political practice is transformed into a political tradition. Therefore, more fundamental political and socio-economic processes are needed to destroy the network political identity. Another observation has been

made: currently, the segment of it business is actively developing, which is interested in «immersing» citizens in social networks. Political consulting firms associated with this business segment are aimed to investigate the activity of Internet users through innovative psychometric methodology Big Data. The customer of this kind of research are the following political actors: the state, parties, related business, as well as extremist organizations. The result is a holistic political-technological process, which is closely associated with the network political identities: the analysis of digital traces of users through Big Data tools; identification of politicized Internet users and network political identities; targeted micro-targeted propaganda; new final designed target audience in the form of network political identity or a group of loyal users. It is no coincidence that the study showed that in different countries of the world the authorities are aimed not only at political censorship, but also to create their own «carriers of legitimacy» on the Internet, provoking the construction of relatively stable network political identities through the spread of specific algorithms of citizens' interaction in social networks.

**Keywords:** legitimacy, Big Data, social networks, power, political regime, Internet, politicization, identity, political communications, network political identity, Cambridge Analytica.

В современную эпоху Интернета очень трудно разграничить некие идеальные типы идентичности, культуры и легитимности. Скорее, есть их своеобразный синкретизм. Неслучайно Карл Юнг писал о том, что общим итогом Реформации, Просвещения и Индустриальной революции стало появление так называемого «массового человека» Западного мира. Немецкий психолог считал, что в новом атомизированном обществе исчезла индивидуальная ответственность и разобщенные индивиды, наоборот, стали тянуться к группам, коллективам с авторитетными личностями и вождями, способных принять всю полноту ответственности на себя [16]. В итоге, по мнению Юнга, социальная атомизация формирует благоприятные условия для становления диктатуры. Мир виртуальной реальности красноречиво свидетельствует о стремлении разобщенных пользователи сетей Интернета объединяться в группы, сообщества для включения в политический дискурс на фоне подрыва доверия к партиям и парламентам. Очень примерно это можно связать с процессом смены поколений: если «поколение X» отличалось групповым сознанием, выраженным через традиционные институты и классические идеологии, а «поколение Y» характеризовалось индивидуализацией сознания и деидеологизацией, то современное «поколение Z» возвращается к групповому сознанию и реидеологизации, но уже через сообщества социальных сетей, их сетевые политические идентичности. Сам же процесс потребления информации сменил индивидуальный формат на коллективный [3]. Но является ли Интернет новым горизонтом демократии или удобным путем в сетевой тоталитарный лабиринт? И самый главный вопрос – почему появляются сетевые политические идентичности, и кто в этом заинтересован?

#### **Методологический контур исследования**

Уход абсентеистов и их политического дискурса в Интернет предполагает формирование различных аморфных сетевых политических субкультур (и на их базе более устойчивых сетевых политических идентичностей) со своими авторитетами и ценностями, – провластных (патриотически настроенных), умеренно-оппозиционных и радикальных, антиправительственных. Эволюция социальных сетей Интернета объективно приводит к новым рискам (и потенциалам) легитимности современных политических режимов по причине аккумуляционного эффекта узлов социальных сетей. Сетевой узел подразумевает отдельных пользователей в пределах сети (как правило, крупные группы, сообщества), между которыми строятся связи или, по-другому, – френды (friends). В первое время учеными изучалась так называемая *виртуализация политики*, когда только появлялся Интернет и политизированные темы, идеологии, политические

символы, новости буквально квантами проникали в социальные сети и их сообщества (например, работа Д.В. Иванова «Виртуализация общества»). Наконец, совсем недавно стали анализироваться последствия подобного феномена. Профессор С.В. Тихонова заметила, что кроме виртуализации общества имеется и обратный процесс – *социализация Интернета*, в ходе которой виртуальные образы обогащаются реальными, персонифицированными социальными связями [19, с. 138-152]. Выходит, что политизированный Интернет стал, наоборот, влиять на общественное сознание реальных людей, особенно на их взгляды, на политику власти. Иными словами, возник эффект «сетевого бумеранга».

Часть современных политологов в своих исследованиях сетевой основы глобализации все больше обращаются к так называемой идее текучего или плавающего общества (*liquid society*), которое отличается отсутствием твердого стержня, особенно культурно-ценностного [7]. По сравнению с традиционными обществами с четким и узнаваемым культурным ценностным ядром, плавающее общество формирует благоприятные условия для постоянных стрессов и страхов (*liquid fear*). Условиями этого мейнстрима является природа насупившего сетевого общества, характеризующегося наличием насыщенных информационных потоков, сетевых элит (М. Кастельс) [8] и появлением активной социальной мобильности (Дж. Урри). Вызовы провоцируют соответствующие решения со стороны государства и его властной элиты. Итальянский политолог Д. Дзолло в этой связи делает уместное дополнение, согласно которому, так как развитие передовых технологий (в том числе сетевых) стало катализатором нарастания социальной сложности [6, с. 49, 110], то главной функцией современной политической системы становится уменьшение страха посредством селективного регулирования социальных рисков и конкурентного распределения ценностей безопасности. Другими словами, власть не просто учитывает наступление сетевой эры, но и пытается использовать ее среду для управления общественным сознанием и упрочнения собственной легитимности. Важным исследовательским прорывом, помогающим глубже понять эти процессы, здесь является идея так называемого «носителя легитимности» [4], который создает сама элита.

Тем не менее, до сих пор распространено заблуждение, что Интернет – демократическое пространство «без границ и вне цензуры». Подобная точка зрения во многом опирается на работы, подобные книге Ж.-М. Гуэнно «Конец демократии» [24]. По его мнению, матрицей новой политики становится не контроль над территорией, а участие в сети. Гуэнно отмечает, что сеть может эффективней выполнять функцию демократического представительства, так как именно в сети происходит фрагментация каждой социальной проблемы, настраивается процесс бесчисленных политических микрорешений. Но теория графов говорит обратное, выделяя *принцип центрирования*, когда в социальных сетях Интернета формируются центральные и периферийные узлы [23; 25]. Ведь именно центральные узлы обладают авторитетом, производят или перерабатывают политическую информацию, контролируя политические коммуникации, тогда как периферийные являются лишь пассивными потребителями, а значит, зависят от центральных узлов – источников политических новостей и сообщений.

Кстати, современный голландский политический философ Ф. Анкерсмит критикует Ж.-М. Гуэнно за его излишнюю идеализацию прогрессорской роли сетей в демократическом обустройстве мира. В своей книге «Политическая репрезентация» он призывает полностью не сбрасывать со счетов традиционный представительный институт партий [1] и не поддаваться соблазну перевести общество, государство и его ведомства на сетевые принципы работы. Анкерсмит разумно усматривает в сетях антидемократическую склонность к солипсизму – замкнутость на собственных проблемах, параллельно предостерегая о рисках возникновения режима экспертократии и политической манипуляции, политического симулякра.

Действительно, логично не гиперболизировать роль Интернета в современной политике. На этом фоне, скорее, уместно анализировать сетевой характер власти (а не только иерархический), специфику сетевых взаимодействий власти и общества, – ведь феномен сети уже появился в древнейшую эпоху. Достаточно вспомнить политическую историю Древнего Египта Нового царства, когда, почувствовав угрозу своей власти, жрецы религиозных культов разных богов объединились с номархами в своем противостоянии попытке введения нового культа Атона со стороны фараона Эхнатона. Другими словами, социальная сеть и сетевые отношения – довольно архаичное и универсальное явление, зародившееся еще задолго до эры Интернета. По этой причине в настоящее время важно исследовать особенности отражения политических решений в социальных сетях Интернета.

На основании концептуального переосмысления проблемы, возникла *первая рабочая исследовательская гипотеза – несмотря на имеющийся абсентеизм и атомизацию социума в современных странах, проявляется стремительная политизация сообществ социальных сетей Интернета по причине подрыва доверия граждан к традиционным политическим институтам – партиям, парламенту и парламенту*. Если феномен падения явки на выборах уже фиксировали на примере стран того же Европейского союза, то «бегство абсентеистов в вирт» требует дополнительного исследования.

Для проверки гипотезы в декабре 2015 – январе 2016 г. авторами статьи была инициирована I волна *«Глобального исследования политизации социальных сетей»*. Целью исследования было изучение наиболее политизированных сообществ (узлов, групп) в популярных социальных сетях. На основании цели ставились следующие базовые задачи проекта:

- обнаружение провластных, патриотически настроенных сообществ социальных сетей;
- выявление сообществ социальных сетей, умеренно оппозиционных / нейтральных по отношению к власти;
- определение радикально настроенных к власти сообществ социальных сетей Интернета.

В декабре 2016 – январе 2017 г. была организована II волна сетевого проекта. Цель и задачи совпадали с I волной, *но появилась вторая рабочая гипотеза: новые сетевые политические идентичности формируются на основании сближения offline- и online-образов политики в социальных сетях, когда пересекаются два процесса – «виртуализация политики» и «социализация Интернета», наложение этих процессов порождает политические симулякры из мифологем, стереотипов, искаженных сведений людей о природе политической жизни, что создает дополнительные условия для манипуляций*. При этом, учитывалось, что виртуализация политики означает замещение реальных политических явлений и процессов анонимным оперированием виртуальными образами в Интернете (переход offline-образов политики в online-образы политики), тогда как социализация Интернета подразумевает обогащение виртуальных образов политики в Интернете реальными, персонифицированными социальными связями (переход online-образов политики в offline-образы политики). Во время второй волны умеренно-оппозиционные и радикальные сообщества разделялись более отчетливо.

Наконец, в декабре 2017 – апреле 2018 г. была проведена финальная III волна политологического проекта. Целью исследования была проверка результатов, полученных предыдущими волнами сетевого проекта. *Третьей рабочей гипотезой стало предположение, что динамика развития (уровень устойчивости коммуникационных связей, количество членов политизированных сообществ) выявленных в I и II волнах проекта сетевых политических идентичностей, складывающихся на основании провластных, умеренно оппозиционных и радикальных сообществ социальных сетей, сильно зависит от внутривнутриполитической, внешнеполитической и социально-экономической обстановки конкретной страны. Причем из-за роста коммуникационных*

*связей представителей более аморфных политических субкультур посредством Интернета формируются более устойчивые и постоянные сетевые политические идентичности.* Это предположение не только опиралось на «принцип Стаута», согласно которому любая постановка вопросов в социуме трансформируется в устойчивую традицию, когда она сможет закрепиться в длительной политической практике (этот принцип американский политолог Джеффри Стаут изложил в своем капитальном труде «Демократия и традиция» [18, с. 214-216]), но и на основе полученных эмпирических данных трех волн нашего политологического проекта.

Научный руководитель политологического проекта – С.Н. Федорченко, доцент, канд. полит. наук, доцент кафедры политологии и права, заместитель декана факультета истории, политологии и права по научной работе и международному сотрудничеству Московского государственного областного университета (МГОУ), главный редактор «Журнала политических исследований», ответственный секретарь научного журнала «Вестник Московского государственного областного университета. Серия "История и политические науки"», Почетный член Исторического научного центра Рожкова (Новый Южный Уэльс, Австралия). В политологическом проекте принимали участие: дипломированные бакалавры по направлению «Политология», выпускники факультета истории, политологии и права МГОУ (Е.М. Лымарь – основная координация проекта и А.А. Белюстин – помощь в аналитической обработке). В сборе эмпирических данных и их первичной систематизации принимали активное участие студенты по направлению «Политология» того же факультета (IV курс – В.М. Касаткина, Г.Ю. Рябинкин, К.В. Кочнева, А.О. Кошевцова, М.О. Лукин, К.Н. Мацюк-Хмелевская, Н.А. Михеева, И.И. Наумкин, А.Е. Раева, М.К. Рябцев, В.М. Санникова, И.Р. Скрипка, А.В. Солянский, А.В. Стахно, А.С. Фирсова, А.Д. Холодцов, Ю.А. Ширяева; II курс – Р.А. Маркарян, В.М. Николаев, А.И. Панасенко, И.С. Придня, И.В. Приходько, Д.О. Тедиков, К.В. Теслюк), а также студенты направления «Политология» Института истории и политики МПГУ (Е.Р. Никулин, Д.В. Савченко).

Масштабный характер исследования потребовал учет политико-географического принципа, на основании которого в период методологической подготовки третьей волны была проведена примерная кластеризация Интернета стран по следующим группам: Англосаксонский (США, Великобритания, Канада, Австралия, Новая Зеландия), Западноевропейский (Германия, Италия, Испания, Франция, Швеция, Люксембург и Нидерланды), Латиноамериканский (Бразилия, Перу, Аргентина, Мексика, Колумбия, Венесуэла, Коста-Рика), Юго-Западный Азиатский (Турция, Саудовская Аравия, Иран, Иордания, Сирия, ОАЭ), Юго-Восточный Азиатский (Китай, Южная Корея, Япония, Индонезия), Африканский (ЮАР, Марокко, Египет, Кения, Нигерия, Тунис), Постсоветский (Россия, Украина, Белоруссия, Молдавия, Казахстан, Таджикистан, Узбекистан, Туркменистан, Армению и Азербайджан) и Восточноевропейский (Польша, Сербия, Венгрия, Литва) кластеры. Последний кластер был исследован впервые.

Политическая география проекта, конечно, учитывала тот факт, что четких границ в современном Интернете нет, однако в современных политологических исследованиях уже нельзя игнорировать следующие обстоятельства: появление феномена информационных войн, сетевых политических идентичностей и киберсуверенитета страны (уровень ее IT-индустрии, зависимости от иностранных технологий, наличие программного обеспечения, развитие национальных социальных сетей, эволюция системы образования, готовящей IT-специалистов современного поколения).

После методологической корректировки кластеров производился подсчет их участников, полученные данные суммировались для выяснения результата по группам стран. Объектом исследования были популярные социальные сети Интернета: Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, ВКонтакте, Одноклассники, Telegram. Предметом исследования выступили сообщества (узлы, группы) социальных сетей Интернета с политизированным дискурсом. Важно подчеркнуть, что политизированный контент

является важнейшим маркером, сигналом для исследователя современных политических явлений. Тем более что авторитетный российский специалист в области политической коммуникативистики, М.Н. Грачев, выделяет так называемую политически значимую информацию, которая «...охватывает содержание всей совокупности сообщений, которые изменяют состояние политических акторов в процессе их общественно-практической деятельности, направленной на завоевание, удержание или использование власти» [5, с. 50].

Научным методом был избран контент-анализ, апробированный авторами в ранних исследованиях [20]. Сопутствующими методологическими принципами стали приемы компаративистики и кейс-стади. Применение контент-анализа отталкивалось от того, что политизация социальной сети учитывает наличие / отсутствие интереса сетевых групп и их участников к определенной тематике, перекликающейся с определенными ключевыми словами. Обнаружение групп и выявление уровня политизации их участников производилось исходя из простого правила: среднестатистический человек, интересующийся Интернетом и мотивированный политически, станет искать соответствующие виртуальные группы по распространенным ключевым словам (тегам). Для выявления политизированного контента использовались различные ключевые слова (политика, власть, государство, правительство, политические партии, патриотизм, демократия, консерватизм, коммунизм, либерализм, анархизм, монархия, гражданское общество, имена политических лидеров и названия политических партий и т.п.). Общий объем материала по тегам определялся путем подсчета количества крупных политизированных сообществ по каждому из ключевых слов. Для определения уровня политизированности социальной сети (по странам и по группе стран в целом) выяснялось, в какой социальной сети (сетях) было представлено самое большое количество сообществ с политизированным дискурсом [10, с. 57-67].

При анализе итогового уровня политизированности социальных сетей применялся принцип ранжирования, когда учитывались такие признаки как большое количество политизированных узлов, крупная активность и наиболее обсуждаемый контент. Соответственно, каждой из политизированных социальных сетей в кластере стран присваивался 1 балл, далее велся подсчет. Уже в ходе контент-анализа выяснилось, что в каждой стране количество политизированных социальных сетей разное.

#### **Англосаксонский кластер**

В англосаксонском кластере (США, Великобритания, Канада, Австралия, Новая Зеландия) было выявлено, что расстановка политических сил в социальных сетях такова: 66% – поддержка провластных сил, 30% – умеренной оппозиции и 4% – радикальных. Было сделано важное наблюдение: при сравнении трех волн исследования *обнаружена тенденция к увеличению интереса к провластным сообществам*, а также резкое снижение количества радикальных сообществ (2016 г.: 54% – провластные группы, 33% – оппозиционные и 13% – радикальные группы; 2017: 64% – поддержка провластных сил, 25% – умеренной оппозиции и 11% – радикальной). Что касается умеренно-оппозиционных сообществ, то их поддержка колеблется в зависимости от политической ситуации в каждой стране отдельно.

Как и в 2016 г., самые многочисленные радикальные сообщества наблюдаются в Австралии и США (несмотря на большое количество заблокированных сообществ). Однако в Великобритании также прослеживается тенденция к появлению крупного радикального антимусульманского узла.

Крупнейший объем политизированного контента был найден по тегам: политические партии / названия партий / имена политиков – 36%, идеологические – 25%; политика – 17%; религия – 10%; гражданское общество – 8%; другие – 4% (2017 г.: политические партии / названия партий – 24%, консерватизм – 14%, имена политиков – 14%, либерализм – 12%, патриотизм – 9%, демократия – 8%, политика – 6%; 2016 г.: имена политиков и / или названия политических партий – 14%, политика – 11%, политические партии – 11%,

либерализм – 11%, религия – 9%, патриотизм – 9%). Seriously политизированными социальными сетями оказались: Facebook – в 4 из 5 странах, Twitter – 5 из 5, YouTube – 1 из 5, Instagram – 3 из 5 (в 2017 г.: Facebook – в 4 из 5 странах, Twitter – 3 из 5, YouTube – 1 из 5, Instagram – 1 из 5; в 2016 г.: Facebook - в 6 из 6 странах, Twitter - в 4 из 6, YouTube - в 2 из 6, Instagram - в 1 из 6).

Теперь рассмотрим процентное соотношение политических сил в популярных сообществах социальных сетей каждой страны отдельно. В 2018 г. в ходе исследования социальных сетей *США* значительных изменений в расстановке политических сил в Интернете выявлено не было: 65% – провластные; 28% – умеренно-оппозиционные и 7% – радикальные (2017 г.: 68% – провластные, 25% – оппозиционные и 7% – радикальные; 2016 г.: 54% – провластные, 33% – оппозиционные и 13% – радикальные).

Но, несмотря на отсутствие разницы между процентом радикальных сообществ, *была зафиксирована блокировка некоторых крупных сообществ*. Ряд радикальных сообществ стали размещать нейтральный контент. Так, например, одно сообщество (<https://www.facebook.com/supportthebattleflag/>), имевшее в 2016 г. 362 831 подписчиков, сейчас имеет 767 493 подписчиков, но контент значительно изменился. Сейчас у сообщества скорее патриотическая направленность: «The confederate battle flag is not a symbol of hate, quite the contrary, it is a symbol of love for our homeland» (Флаг Конфедерации – это не символ ненависти, а, наоборот, символ любви к Родине). Однако в сообществе встретился пост следующего содержания: «White people – the only race you can legally discriminate against» («Белые люди» – единственная раса, которую вы можете дискриминировать легально). Под этим постом активно обсуждается проблема «большинства»: что «белых» притесняют, хотя нет ни одного процветающего города, где бы правило «меньшинство». Еще во время I волны исследования фиксировалось, что в американских сетевых сообществах разворачивалось противостояние сетевых политических идентичностей «Юга» и «Севера».

Если говорить о новых радикальных сообществах, то они, в основном закрытые, поэтому оценить тематику сообщества удавалось только по их описанию. К примеру, одно сетевое сообщество выступает против «сатанинского правительства США, либерализма и светского гуманизма». Также было найдено крупное сообщество «RedneckRevolt» – антикапиталистическое, антирасистское и антифашистское сообщество, выступающее за свободное ношение оружия. В сообществе был обнаружен экстремистский контент, в том числе и против американского президента Д. Трампа. В остальном, тематика радикальных сообществ не изменилась.

Изучая электоральную поддержку Д. Трампа, хочется отметить, что ее уровень в соцсетях, несмотря на различные протесты, проходившие в США в период проведения исследования, практически не изменился. Недавно компания Rasmussen Reports обнародовала результаты соцопроса, которые свидетельствуют о повышении рейтинга одобрения американцами деятельности президента США Д. Трампа до 50%. Об этом сообщил с своем твиттере и сам Д. Трамп [26]. Американский кейс подтверждает нашу гипотезу о том, что из-за роста коммуникационных связей представителей более аморфных политических субкультур посредством Интернета формируются более устойчивые и постоянные сетевые политические идентичности. Что хорошо соотносится с «принципом Стаута». Власти США явно используют и поддерживают лояльные по отношению к себе сетевые политические идентичности для укрепления легитимности политического режима.

В ходе исследования социальных сетей *Великобритании* было выявлено следующее соотношение политических сил: 80% – власть, 15% – оппозиция, 5% – радикальные (2017 г.: 54% – провластные, 39% – оппозиционные и 7% – радикальные; 2016 г.: 42% – провластные группы, 58% – оппозиционные и радикальные). Зафиксирован резкий рост провластных сил. Так, например, в 2018 г. в соцсетях Терезы Мэй насчитывается в среднем по 550 тыс. подписчиков (в 2017 г. – 250 тыс. в среднем). К тому же резко

возросло количество подписчиков патриотических сообществ. Примечательно, что на расстановку сил в социальных сетях Великобритании не повлияли ни забастовка преподавателей университетов страны, прошедшая в начале 2017 г., ни протесты за повышение минимальной ставки оплаты труда и протесты против ударов по Сирии, бывшие в мае 2018 г.

Иными словами, эмпирические данные подтверждают нашу гипотезу о том, что из-за роста коммуникационных связей представителей более аморфных политических субкультур посредством Интернета формируются более устойчивые и постоянные сетевые политические идентичности. Это можно связать с «принципом Стаута» [18]. Для разрушения сетевой политической идентичности нужны более фундаментальные политические и социально-экономические процессы. Хотя в Великобритании в конце 2017 г. была создана крайне правая политическая партия «*Fog Britain*» под руководством Anne Marie Waters, которая известна как антиисламская активистка. На данный момент на сообщества «*Fog Britain*» подписаны в среднем 30 тыс. чел. Поэтому английские власти используют сетевые политические идентичности для повышения легитимности собственного режима.

В ходе исследования социальных сетей *Канады* значительных изменений замечено не было: провластные силы – 68%, оппозиционные – 31%, радикальные – 1% (в 2017 г.: провластный контент преобладает – 68%, оппозиция – 31% и радикалы – 1%; в 2016 г.: власть – 72%, оппозиция – 28%). Любопытно, что на уровень поддержки власти в социальных сетях Канады (как и в случае кейс-стади США и Великобритании) не оказал никакого негативного влияния даже скандал вокруг премьер-министра Д. Трюдо, который принял приглашение Принца Карима Ага-Хана, воспользовавшись его частным вертолетом и проведя рождественский отпуск на Багамских островах. Тогда, в конце 2017 г. рейтинг одобрения правительства Трюдо составил лишь 37% [27]. Вполне возможно, что это связано с низкой активностью пользователей в социальных сетях Канады в целом. Кроме того, не стоит забывать, что еще I волна показала высокую популярность среди канадцев официальных страниц правительств, общественных деятелей и СМИ. Данные сетевые узлы, по сути, создают политическую повестку для сетевых сообществ. Выходит, что канадские власти также заинтересованы в лояльных сетевых политических идентичностях.

В *Австралии* в 2018 г. поддержка политических сил такова: провластные – 28%, оппозиционные – 23%, радикальные – 49% (2017 г.: власть – 37%, оппозиция – 30%, радикальные – 33%; 2016 г.: 35% – провластные группы, 65% – оппозиционные и радикальные). Выявленная ситуация связана, в основном, со значительным увеличением количества подписчиков исламского сообщества, имеющего экстремистский контент. Стоит отметить большой прирост подписчиков этих сетевых сообществ: более миллиона человек за 2 года. И это несмотря на то, что в период II волны фиксировалось увеличение подписчиков проправительственных сообществ. Поэтому нет ничего удивительного в том, что одной из наиболее актуальных тем для обсуждения в соцсетях Австралии является проблема иммигрантов.

В *Новой Зеландии* 23 сентября 2017 г. прошли парламентские выборы. К власти пришла Лейбористская партия, которая 10 лет была в оппозиции. Лейбористская партия сформировала коалицию с «*New Zealand First*» и Зелеными. После прошедших выборов Национальная партия и АСТ оказались в оппозиции. На данный момент расстановка политических сил в социальных сетях здесь такова: 74% – провластные (партия «*New Zealand First*» вошла в коалицию с Лейбористской партией), 26% – оппозиция, 0% – радикальные (2017 г.: 94% – провластные, 2% – оппозиционные и 4% – радикальные; 2016 г.: власть – 72%, оппозиция и радикальные – 28%).

При анализе сетевых политических идентичностей англосаксонского кластера требуется учитывать совершенно новый фактор – *деятельность политико-консалтинговых фирм, исследующих активность интернет-пользователей посредством*

*инновационной психометрической методологии Big Data* (например, компании Cambridge Analytica, Crosby Textor Group, Acquire Online и др.) [21, с. 66-83]. Этот новый сегмент бизнеса заинтересован в развитии новых коммуникационных арен (эхо-камер), куда он с помощью рекламных приемов «погружает» пользователей сети (где они могут загружать специальные приложения, знакомиться с коммерческим предложением, оставлять комментарии, делать заказы). Бизнес и связанные с ним аналитические фирмы «больших данных» проводят исследования психометрических портретов этих самых «погруженных» – пользователей социальных сетей «поколения Z». Собранные данные через сеть позволяют выявить поведенческие закономерности для проведения таргетированного воздействия на целевые аудитории и неопределившихся с выбором во время избирательных компаний и рекламных коммерческих акций.

Множество пользователей сознательно (или бессознательно) оставляют цифровые следы в Интернете, создавая посты, репосты, блоги, аккаунты, комментарии, различные записи в процессе онлайн-активности. Такого рода цифровые зацепки предоставляют важную информацию для политтехнологов, которые могут их собрать путем приемов Big Data, проанализировать и использовать для создания месседжей политических лидеров или партий. Заказчиками таких исследований может быть не только бизнес, но и государство, партии и даже экстремистские организации. Полученные из социальных сетей массивы персональных данных используются для конструирования месседжа *эмоциональных триггеров* во время выборов, адаптации таргетированной политической рекламы под разнообразные целевые аудитории, их демографические характеристики или неопределившихся индивидов, распространения триггеров через социальные сети и новостные ленты. *Латеральный таргетинг* предполагает целевые объявления, оснащенные программным обеспечением для отслеживания, к примеру, избирателей / покупателей по всему Интернету. Поиск пользователей происходит по их цифровым следам. Кроме того, политические сообщения автоматически меняются в зависимости от того, какой человек и каким образом взаимодействует с этими самыми сообщениями. В итоге микро-целевые (так называемые «темные» объявления) видят лишь представители выбранной группы избирателей. Большую роль в распространении таргетированной политической рекламы несут так называемые *социальные боты*.

Таким образом, происходит целостный *политико-технологический процесс*, тесно связанный с сетевыми политическими идентичностями:

- анализ цифровых следов пользователей посредством инструментов Big Data;
- выявление политизированных пользователей Интернета и сетевых политических идентичностей, построение психопрофилей пользователей;
- таргетированная микро-целевая пропаганда;
- конструирование (укрепление, разрушение – все зависит от задач) итоговой целевой аудитории в виде сетевой политической идентичности или группы лояльных пользователей.

### **Западноевропейский кластер**

Этот кластер (Германия, Италия, Испания, Франция, Швеция, Нидерланды, Люксембург) показал следующий уровень поддержки политических сил в соцсетях: 51% – провластные, 43% – умеренно-оппозиционные, 6% – радикальные (в 2017 г.: 47% – провластные, 44% – оппозиционные и 9% – радикальные; в 2016 г.: 38% – поддержка провластных сил, 58% – оппозиционных и 4% – радикальных). Из перечисленных стран только в Швеции можно отметить относительный баланс политических сил в Интернете: провластные – 38%, умеренно-оппозиционные – 35%. Тем не менее, в соцсетях Швеции был отмечен самый высокий уровень поддержки радикальных сил в социальных сетях среди западноевропейских стран – 27%. Сделано и другое важное наблюдение – *для западноевропейского кластера характерно усиление цензуры*. Особое внимание уделяется антимусульманским сообществам и сообществам против мигрантов. Проблемы, которые пытаются скрыть правительства европейских стран, используя цензуру в социальных

сетях, сохраняются на протяжении всех трех волн исследования: политика ЕС, проблема мигрантов, государственный бюджет, санкции, налоги, безработица.

Одновременно были выявлены некоторые тенденции, характерные для рассматриваемого кластера:

- увеличение поддержки пользователей оппозиционных политических сил перед проведением выборов;

- рост радикальных сил в социальных сетях (происходит из-за различных политических кризисов);

- обострение (с каждой волной исследования) таких проблем, как миграционная политика и политика Евросоюза, с чем связано ужесточение цензуры в социальных сетях.

Крупный объем политизированного контента был найден по тегам: имена политиков и / или названия политических партий – 40%, идеологические (в том числе национализм) – 29%, политика – 14%, религия (а также ислам) – 12%, другие – 5% (2017 г.: имена политиков и / или названия политических партий – 28%, политика – 22%, религия (а также ислам) – 20%, правительство – 11%; 2016 г.: имена политиков и / или названия политических партий – 19%, демократия – 19%, политические партии – 16%, государство – 10%). Самыми политизированными социальными сетями оказались: Facebook – в 7 из 7 странах, Twitter – в 7 из 7, Instagram – в 2 из 7, Youtube – в 3 из 7 (в 2017 г.: Facebook – в 7 из 7 странах, Twitter – в 6 из 7, Instagram – в 2 из 7, Youtube – в 2 из 7; в 2016 г.: Facebook – в 5 из 7 странах, Twitter – в 6 из 7, YouTube – в 2 из 7).

Рассмотрим процентное соотношение политических сил в социальных сетях каждой страны по отдельности. Так, в *Германии* процентное соотношение политических сил в Интернете следующее: 60% – провластные группы, 22% – умеренно оппозиционные группы, 18% – радикальные группы (в 2017 г.: власть – 72%, оппозиция – 22% и радикалы – 6%; 2016 г.: власть – 47%, оппозиция и радикалы – 53%). Летом 2017 г., согласно опросам, рейтинг А. Меркель составлял 59% [28], а на парламентские выборы в Германии блок ХДС/ХСС потерял почти 9% по сравнению с выборами 2013 г. В целом поддержка власти в Германии снизилась за счет активизации радикальных и оппозиционных сил в социальных сетях. К примеру, к радикальным были отнесены такие партии, как: AfD и NPD (партии националистического толка).

А. Меркель стала канцлером в четвертый раз. Часть экспертов объясняют такой успех ее выбранной стратегией, которую можно описать так: «как можно больше сторонников, как можно меньше противников». Такого рода стратегия относится не только к политике Меркель, но и, вероятно, к ужесточению цензуры в соцсетях и блокировке неудобных власти сетевых сообществ (к примеру, жестко критикующих миграционную политику Меркель). Как видно, немецкие власти также озабочены формированием лояльных сетевых политических идентичностей для легитимации режима.

В *Италии* после парламентских выборов 4 марта 2018 г. тоже значительно изменилась расстановка сил, т.к. оппозиция получила большее число мест в Палате депутатов. В социальных сетях уже несколько лет прослеживалась активная поддержка оппозиционных сил, что дало им возможность прийти к власти. Поэтому после выборов расстановка сил в социальных сетях стала такой: провластные – 63%, умеренно-оппозиционные – 36%, радикальные – 1% (2017 г.: власть – 22%, оппозиция – 77% и радикалы – 1%; 2016 г.: власть – 21%, оппозиция и радикальные – 79%).

Сетевые сообщества *Испании* показали существенные изменения в расстановке политических сил: 39% – провластные группы, 56% – умеренно-оппозиционные группы, 5% – радикальные группы (в 2017 г.: власть – 59%, оппозиция – 39% и радикалы – 2%; в 2016 г.: власть – 57%, оппозиция – 43%). Связаны такие изменения, в первую очередь, с событиями Каталонского кризиса (лето-осень 2017 г.). Тогда активизировались многие националистические движения, региональные организации. Надо отметить, что в Испании достаточно активно развиваются молодежные движения (особенно у социалистов),

которые стремятся всесторонне использовать социальные сети как инструмент продвижения своих идей, а также поиска электоральной поддержки среди населения страны.

Во *Франции* соотношение политических сил в социальных сетях таково: 54% – провластные группы, 44% – умеренно оппозиционные группы, 2% – радикальные группы (2017 г.: власть – 30%, оппозиция – 70%; 2016 г.: власть – 29%, оппозиция – 71%). В 2017 г. 23 апреля (1 тур), 7 мая (2 тур) во Франции прошли президентские выборы, которые были одиннадцатыми в Пятой французской республике. По итогам голосования победу одержал Э. Макрон. Поэтому увеличение поддержки провластных узлов связано с переходом Э. Макрона из оппозиции во власть.

По *Швеции* изменения незначительные: 38% – провластные, 35% – умеренно оппозиционные, 27% – радикальные (2017 г.: власть 43%, оппозиция – 33% и радикалы – 24%; 2016 г.: власть – 62%, оппозиция – 38%). Высокий уровень радикализации интернет-пространства в Швеции объясняется усугублением миграционного кризиса. На протяжении трех волн исследования видно закономерное уменьшение поддержки власти в соцсетях: 2016 (62%), 2017 (43%), 2018 г. (38%). Общество в целом аполитично, однако проблема с мигрантами усиливает радикальные настроения в Швеции, что находит отражение в социальных сетях.

В *Нидерландах* процентное соотношение политических сил таково: провластные – 35%, умеренно-оппозиционные – 57%, радикальные – 7% (в 2017 г.: власть – 39%, оппозиция – 36% и радикалы – 25%; в 2016 г. страна не исследовалась). Такие высокие показатели поддержки умеренно-оппозиционных и радикальных сил связаны с раздробленностью политической системы, особенно это проявилось после парламентских выборов, которые состоялись 15 марта 2017. Также не первый год в стране идет обострение миграционной проблемы.

*Люксембург* показал следующее процентное соотношение политических сил в Интернете: провластные – 70%, умеренно-оппозиционные – 29%, радикальные – 1% (2017 г.: 65% – провластные группы, 34% – умеренно оппозиционные и 1% – радикальные; 2016 г.: власть – 97%, оппозиция – 3%). Большой популярностью пользуются провластные сообщества, при этом люди свободно высказывают свое мнение в соцсетях, поэтому можно взять в расчет комментарии пользователей: жители страны стали положительнее оценивать действия власти.

### **Латиноамериканский кластер**

По кластеру (Бразилия, Перу, Аргентина, Мексика, Колумбия, Венесуэла, Коста-Рика) была выявлена следующая расстановка политических сил в социальных сетях: провластные – 39%, оппозиционные – 48%, радикальные – 13% (в 2017 г.: власть – 69%, оппозиция – 28% и радикалы – 3%; в 2016 г.: 81% – поддержка провластных сил, 18% – оппозиционных, 1% – радикальных). Самые многочисленные радикальные сообщества были обнаружены в соцсетях Венесуэлы и Бразилии. На протяжении трех волн исследования *было выявлено, что в Латинской Америке особой популярностью пользуются сети активистов: анонимусов, анархистов и пр.* В некоторых странах Латинской Америки оппозиция активно уходит в социальные сети, призывая к общественным беспорядкам, на фоне чего власть теряет свои позиции в соцсетях стран рассматриваемого кластера.

Пока удерживают свои позиции в Интернете лишь политические режимы Коста-Рики (положительная динамика) и Аргентины (сохранение власти, но резкое снижение легитимности режима). Самый большой объем политизированного контента был найден по тегам: имена политиков / названия партий и движений – 40%; политика – 20%; идеологические – 16%; анонимусы – 10%; правительство – 7%; другие – 7% (2017 г.: политика – 20%, имена политиков – 15%, названия политических партий и движений – 13%, демократия – 10%, анархизм / анархия – 8%; 2016 г.: политика – 21%, имена политиков и / или названия политических партий – 17%, анархизм – 10%, политические

партии – 10%). Самыми политизированными сетями оказались: Twitter – в 7 из 7 странах, Facebook – в 6 из 7 странах, Youtube – в 2 из 7 странах (2017 г. Twitter – в 5 из 7 странах, Facebook – в 4 из 7 странах, Youtube – в 4 из 7 странах; 2016 г.: Facebook - в 3 из 7 странах, Twitter – в 6 из 7, YouTube – в 2 из 7).

Обратим внимание на процентное соотношение политических сил в социальных сетях каждой страны. В соцсетях *Бразилии* ситуация такова: 19% – провластные, 76% – умеренно-оппозиционные, 5% – радикальные (2017 г.: провластные силы – 50%, умеренно оппозиционные – 45%, радикальные – 5%; 2016 г.: 68% – провластные группы, 32% – оппозиция). Согласно опросам, проведенным летом 2017 г., рейтинг президента Бразилии М. Темера и его правительства упал до 5% [29], что стало минимальным показателем для президента и правительства страны с 1986 г. Также в Бразилии прошли протесты против президента Темера. Социальные сети значительным образом повлияли на формирование негативного отношения к власти и повышения уровня поддержки оппозиции в преддверии всеобщих выборов, которые планировались в Бразилии в октябре 2018 г. Информация против президента распространяется в соцсетях с использованием тэгов #TemerNaCadeia и др. Оппозиция (в том числе и радикальная) в своих интересах, в основном, использует Twitter и Facebook, а власть – YouTube, в котором старается наиболее позитивно освещать деятельность президента и правительства Бразилии. Во время проведения II волны бразильские сети также отличались сильно политизацией (тогда проходили митинги в поддержку Дилмы Русеф).

Сетевые сообщества *Перу* исследовались до ухода президента П. Кучински в отставку. Здесь ситуация также изменилась: власть – 59%, оппозиция – 38%, радикальные сообщества – 3% (2017 и 2016 г.: 86% – провластные группы, 14% – оппозиция). В Перу, как и в соцсетях других стран Латинской Америки, появились сообщества анонимусов. Как мы видим, поддержка власти в Перу за год резко снизилась (почти на 30%!), что было связано с решением П. Кучински помиловать экс-президента страны А. Фухимори.

Ситуация изменилась в худшую сторону для власти и в *Аргентине*: власть – 53%, оппозиция – 43%, радикальные – 4% (2017 г.: 94% – провластные группы, 1% – умеренная оппозиция, 5% – радикальная оппозиция; 2016 г.: 92% – провластные группы, 8% – оппозиция). Как мы видим, власть потеряла больше 40% поддержки в социальных сетях. Причем, на снижение поддержки власти повлияла пенсионная реформа, предложенная Правительством. Против реформы прошли акции протеста в столице Аргентины, однако политический режим все еще сохраняет большую поддержку, чем оппозиция.

В соцсетях *Мексики* ситуация тоже заметно изменилась: власть – 45%, оппозиция – 55% (2017 г.: 70% – провластные группы, 30% – оппозиционные группы; 2016 г.: 88% – провластные группы, 12% – оппозиция). Крупных радикальных узлов нет. Несмотря на то, что жители Мексики предпочитают реальную протестную деятельность активности в социальных сетях (это отчетливо показала предыдущая волна проекта), на поддержке власти в Интернете негативно отразились реформы в ранее национализированном газовом секторе, коррупция (как правило, эта проблема остро интересует граждан [15]) и проблема инфляции. Граждане перестали верить в свое правительство и снова начали выходить на улицы на протестные акции. Активизацию оппозиции в соцсетях можно связать и с всеобщими выборами в Мексике, которые были запланированы на 1 июля 2018 г.

В *Колумбии*, как и во многих других странах, в 2018 г. проходили выборы: парламентские выборы состоялись 11 марта 2018 г., а президентские – 27 мая 2018 г. (первый тур) и 17 июня 2018 г. (второй тур). Наше исследование проводилось еще до парламентских выборов, поэтому было интересно сравнить поддержку власти и оппозиции в соцсетях и на выборах. Примечательно, что перед парламентскими выборами в социальных сетях Колумбии наблюдалось заметное снижение интереса к провластным силам: власть – 42%, оппозиция – 56%, радикалы – 2% (в 2017 г.: 83% – провластные группы, 15% – оппозиция, 2% – радикалы; в 2016 г.: 78% – провластные группы, 22% – оппозиция).

На тот момент партия Centro Democrático, ранее находившаяся в оппозиции, получила большинство голосов на парламентских выборах, а партии, образующие правительство, потеряли значительное число мест в Сенате и Палате представителей. Рейтинг популярности президента Хуана Мануэля Сантоса снизился с более чем 80% в 2010 г. до менее чем 15% [30] к маю 2018 г. Президентские выборы также отразились в Интернете. Во второй тур вышел с 39% Иван Дуке Маркес (партия Centro Democrático). В сообществах партии Centro Democrático (Демократический центр) сторонники достаточно активно и умело агитировали за своего кандидата. Важно подчеркнуть, что бывший президент Колумбии Альваро Урибе, он же лидер партии «Демократический центр», на своей страничке в Twitter активно агитировал за вышеупомянутого кандидата. В то время на странице Альваро Урибе в Twitter было более 5 млн подписчиков.

*Венесуэла* показала снижение поддержки власти в социальных сетях и резкое увеличение радикальных узлов (к радикальным были отнесены все сообщества, в которых встречаются призывы к государственному перевороту, смене власти, протестам и пр.). Итак, власть – 21%, умеренная оппозиция – 23%, радикальные – 56% (в 2017 г.: 41% – провластные группы, 50% – оппозиционные группы, 9% – радикальные; в 2016 г.: 89% – провластные группы, 11% – оппозиция). Но даже несмотря на это Н. Мадуро победил на президентских выборах 20 мая 2018 г. при явке всего 45,99%, а по данным оппозиционной коалиции «Широкий фронт свободная Венесуэла», явка и вовсе оказалась на уровне 25% [31]. Можно предположить, что не только значительная часть оппозиционных сил решила бойкотировать выборы, но и часть самих жителей Венесуэлы. Политическая оппозиция ушла в социальные сети, где регулярно призывает к протестам и государственному перевороту. В умеренно-оппозиционных и радикальных сообществах постоянно упоминаются слова и фразы: «сопротивление», «положим конец диктатуре», «вместе мы победим», «демократическая борьба вместе с народом Венесуэлы», «спасем страну». С весны 2017 г. в Венесуэле продолжаются протесты и столкновения сторонников Н. Мадуро и оппозиции (тогда погибло свыше 100 чел.). А 6 августа 2017 г. произошла попытка военного переворота против президента Н. Мадуро.

В *Коста-Рике* в преддверии выборов значительно увеличилась поддержка провластных сил в социальных сетях: власть – 73%, оппозиция – 25%, радикалы – 2% (в 2017 г.: 56% – провластные группы, 40% – оппозиция, 4% – радикальные; 2016 г.: 58% – провластные группы, 42% – оппозиция). 4 февраля и 1 апреля (2 тура) прошли всеобщие выборы, в ходе которых победил кандидат от правящей партии Карлос Альварадо.

### **Юго-Западный Азиатский кластер**

Кластер включал Турцию, Саудовскую Аравию, Иран, Иорданию, Сирию и ОАЭ. В большинстве стран, входящих в кластер, на соцсети распространяется цензура. В странах с республиканской формой правления, таких как Турция и Сирия, а также в королевстве Иордания, политическая ситуация достаточно нестабильна, что заметно по их популярным социальным сообществам. Причиной конфликтов между оппозицией и властью становится низкий уровень жизни и экономические проблемы.

Для Юго-Западного Азиатского кластера *не характерны конфликты в социальных сетях на религиозной и национальной почве*. Такого рода конфликты становятся лишь составляющей частью конфликтов на политической и экономической почве. В ходе исследования была выявлена следующая расстановка политических сил в социальных сетях: провластные сообщества – 76%, оппозиция – 15%, радикальные сообщества – 9% (в 2017 г. власть – 67%, оппозиция – 20%, радикалы – 13%; в 2016 г.: 32% – поддержка провластных сил, 53% – оппозиционных, 15% – радикальных).

Наибольший объем политизированного контента был найден по тегам: имена политиков – 23%, политические партии – 39%, идеологические – 24%, религиозные – 14% (в 2017 г.: имена политиков и названия партий – 41%, политические партии – 23%, идеологические – 18%, религиозные (в основном, ислам) – 12%). Самыми политизированными социальными сетями оказались: Facebook – в 6 из 6 странах, Twitter –

в 6 из 6 странах, Instagram – в 4 из 6 странах, YouTube – 4 из 6 странах (в 2017 году: Facebook – в 5 из 6 странах, Twitter – в 6 из 6 странах, Instagram – в 1 из 6 странах). В 2016 г. Азия рассматривалась как единый кластер, поэтому отдельных данных по тегам и соцсетям Юго-Западного Азиатского кластера нет.

Проанализируем процентное соотношение политических сил в социальных сетях этих стран. В *Турции* расстановка сил в соцсетях такова: 51% – провластные группы, 26% – умеренная оппозиция, 25% – радикальные (в 2017 г.: власть – 56%, оппозиция – 41%, радикалы – 3%). Р. Эрдоган объявил о проведении досрочных президентских и парламентских выборов, которые планировались 21 июня 2018 г. Вполне возможно, что именно это решение стало причиной активизации деятельности оппозиционеров и радикалов. Также оппозиция отказалась признать результат Конституционного референдума 2017 г., что значительно активизировало антиправительственную агитацию в социальных сетях.

На протяжении трех волн почти никаких изменений в социальных сетях *Саудовской Аравии* не произошло. В 2018 г. расстановка сил такая же, как и в 2017 и 2016 г.: 100% – провластный узел. Саудовская Аравия – стабильное государство с известными религиозными догмами и соответствующей цензурой. Король – абсолютно не медийная личность, нет ни одного его аккаунта в соцсетях. Тогда как заместитель принца Мухаммед ибн Салман Аль Сауд стал самой читаемой и узнаваемой личностью в соцсетях Саудовской Аравии, несмотря на то, что свой пост он завел лишь с 21 июля 2017 г.

Можно предположить, что в стране существует определенная религиозная и политическая оппозиция, но по факту в сети оппозиции не наблюдается. Вместе с тем, проблема легитимации политического режима представляет для страны первостепенное значение. Тем более что власть, которая не учитывает современные ей политические процессы, обречена на деградацию и гибель [11; 12]. Кстати, возможно поэтому власти Саудовской Аравии периодически идут навстречу гражданам. Например, в 2018 г. открываются первые кинотеатры в стране, также женщинам разрешили иметь водительские права и работать в силовых структурах. Все это в совокупности с цензурой в стране, религиозностью и политической пассивностью населения не дает возможности для активизации какого-либо политизированного противостояния в соцсетях.

Социальные узлы *Ирана* показали следующую картину: 98% – провластные, 1% – умеренно-оппозиционные, 1% – радикальные группы (2017 г.: провластные – 69%, умеренно-оппозиционные – 16%, радикальные – 15%). Уже в 2017 г. в социальных сетях Ирана провластные сообщества активно стали набирать популярность, а оппозиционные, напротив, терять ее. В 2018 г. в связи с прошедшими в конце 2017 – начале 2018 г. протестами, власть усилила свой контроль в соцсетях и, прежде всего, началась «зачистка» оставшихся оппозиционных и радикальных сетевых сообществ.

Важно отметить, что в социальных сетях *Иордании* заметны серьезные изменения. Там была обнаружена следующая расстановка сил: провластные – 62%, оппозиционных – 26%, радикальных – 12% (2017 г.: провластные – 40%, умеренная оппозиция – 5%, радикальные – 55%; власть – 16%, оппозиция – 84%). Увеличение поддержки власти связано с расширением цензуры, а также снижением количества принятых беженцев из Сирии, отсутствием крупных столкновений с властью и потрясений. Однако оппозиция не теряет своего влияния в соцсетях даже после ужесточения цензуры, ведь в стране все еще актуальна проблема религиозных столкновений, также сохраняется нежелание власти проводить политику защиты женских прав.

В социальных сетях *Сирии* снова фиксируется снижение поддержки провластных сил: 41% – провластные, 3% – умеренно-оппозиционные, 49% – радикальные (провластные – 53%, оппозиция – 43%, радикальные – 4%; 2016 г.: власть – 14%, оппозиция – 86%). Население снова проявляет недоверие к власти. Что является подпиткой радикальных движений. Граждане Сирии не верят в то, что в ближайшее время страну ждет экономический рост и улучшение жизни. Подобные настроения – комфортная

среда для распространения радикальных и оппозиционных идей, появления новых лидеров.

ОАЭ показали увеличение поддержки провластных сил и полное исчезновение поддержки оппозиции: 100% – провластные сообщества (2017 г.: власть – 85%, оппозиция (хоть и пассивная) – 15%). Необходимо подчеркнуть, что в ОАЭ достаточно высокий уровень цензуры. Власть может блокировать: страницы с использованием иврита; страницы, которые не соответствуют моральным нормам, угрожают культуре и ценностям страны. К тому же основные политизированные сообщества являются новостными, поддерживающими власть, либо просто нейтрально освещающие основные события. Как видно, власть не просто цензурирует информационные потоки, но и контролирует политическую повестку в сетях, поддерживая лояльные режиму сетевые политические идентичности.

### **Юго-Восточный Азиатский кластер**

Сюда вошли следующие страны: Китай, Южная Корея, Япония, Индонезия. Процентное соотношение политических сил в Интернете по всей группе стран в 2018 г.: 68% – провластные, 27% – умеренно-оппозиционные, 5% – радикальные (в 2017 г.: 55% – провластные, 41% – умеренно-оппозиционные, 4% – радикальные; в 2016 г. соотношение политических сил в Китае и Южной Корее было следующим: 95% поддержка провластных сил, 5% – оппозиции).

Изрядный объем политизированного контента в 2018 г. был найден по тегам: имена политиков и / или названия политических партий – 57%, патриотизм – 8%, политика – 7%, власть – 6%, СМИ – 5%, другое – 5%, идеологические – 7%, религия (в том числе ислам) – 5% (в 2017 г.: имена политиков и / или названия политических партий – 32%, политика – 14%, либерализм – 10%, религия – 9%, патриотизм – 8%, национализм – 6%, СМИ – 8%, власть – 6%, правительство – 6%, ислам – 1%; в 2016 г. в Китае и Южной Корее основной объем контента был найден по тегам: имена политиков и / или названия политических партий – 16%, гражданское общество – 12%). В исследовании 2018 г. для поиска политизированного контента применялось еще больше тегов, чем в 2-х предыдущих волнах исследования. Что позволило более детально изучить политизацию и уровень сетевой политической культуры каждой страны. Исходя из популярности поисковых запросов, можно сделать вывод, что *внимание людей сосредоточено на конкретных политиках и партиях*.

Самыми политизированными социальными сетями оказались: Twitter – в 4 из 4 странах, Facebook – в 3 из 4, YouTube – в 2 из 4, Instagram – в 1 из 4 (кстати, аналогичный результат был получен и в 2017 г.).

Формулируя общий вывод о наблюдениях за политизацией социальных сетей Юго-Восточного Азиатского кластера на протяжении трех волн исследования, можно отметить, что в данном сегменте медиaproстранства преобладает влияние провластных сил. Расстановка политических сил хоть и менялась, но, по большей части, это было связано с политическим кризисом в Южной Корее. Но и там с избранием нового президента политический кризис начал постепенно разрешаться, поэтому число лиц, поддерживающих оппозиционные силы в сети, снизилось.

Перейдем к процентному соотношению политических сил в социальных сетях данного кластера. Так, процентное соотношение политических сил в Интернете *Китая* следующее: провластные – 35%, умеренная оппозиция – 47%, радикальные сообщества – 18% (в 2017 г.: 36% – провластные группы, 60% – умеренная оппозиция и 4% – радикальные; в 2016 г.: провластные – 78%, оппозиция – 22%). Помимо этого, в ходе исследования было выявлено несколько особенностей:

– если говорить о провластных сообществах, то в них уделяется большое внимание внешней политике Китая в отношении США. В сообществах акцент делается на то, что Китай независим от США и других западных стран, что любые подвижки в сторону

западных политических ценностей являются разрушительными для современной политической системы КНР;

– в сообществах умеренной и радикальной оппозиции отмечается большое количество молодежи, однако никакой организованной оппозиции в КНР нет. Особое внимание было уделено сетевым сообществам неомоистов, недовольных высоким уровнем социального расслоения. Именно в их группах наблюдается высокий уровень вовлеченности молодежи, а также националистические настроения.

В *Южной Корее* процентное соотношение политических сил в Интернете такое: 53% – провластные, 46% – умеренно-оппозиционные, 1% – радикальные (в 2017 г.: 10% – провластные силы, 82% – оппозиционные и 8% – радикальные; 2016 г.: провластные – 99%, оппозиция – 1%). Но радикальные группы в соцсетях представлены слабо, так как продолжает действовать политика «черного списка» правительства, благодаря которой еще в 2016 г. заблокировали более 120 тыс. сайтов и страниц в соцсетях, это и перекрывает все возможные способы создания новых сообществ радикального толка.

При сравнении результатов трех волн исследования видны существенные различия, которые связаны с нестабильной политической ситуацией в этой стране в последние годы. Напомним, что осенью 2016 г. по Южной Корее прокатилась волна протестов, которая привела к импичменту президента Пак Кын Хе. Консерваторы потеряли поддержку населения, а к власти пришел Мун Чжэ Ин – член оппозиционной партии. Как мы видим, политическая ситуация в стране полностью дублировалась и в соцсетях.

*Япония* показала следующее процентное соотношение политических сил в соцсетях: 84% – провластные, 15% – оппозиционные сообщества, 1% – радикальные (в 2017 г.: 3% – радикальные оппозиционеры; 15% – умеренные оппозиционеры; 82% – провластные). Следовательно, из всего вышеизложенного можно сделать вывод, что политическая ситуация в Японии достаточно стабильна. За последний год в социальных сетях увеличилось количество провластных сообществ, а вот сообществ с экстремистским контентом становится все меньше. Подобный политический расклад подтверждается тем, что население Японии довольно своей властью, что заметно по социальным сетям страны.

Процентное соотношение политических сил в соцсетях *Индонезии* таково: 99% – провластные, 1% – оппозиционные (в 2017 г.: 93% – провластные группы, 7% – оппозиционные группы). Радикальные были не замечены. В социальных сетях Индонезии замечены блокировки религиозных сообществ (религиозная фильтрация), а также блокировка контента, противоречащего культурным и социальным нормам страны (ЛГБТ и пр.).

### **Африканский кластер**

В социальных сетях Африки (ЮАР, Марокко, Египет, Кения, Нигерия, Тунис) постоянно присутствуют радикальные настроения, которые власть в большинстве стран пытается подавлять за счет ужесточения цензуры. Несмотря на это, оппозиция всегда имеет место в регионе ввиду колоссального количества нерешенных проблем: безработица, бедность, смертность, низкий уровень образования и медицины. Также молодежь, не имеющая возможности найти работу и не видящая перспектив, поддается влиянию со стороны экстремистских сообществ. Стоит отметить, что *для Африканского кластера характерно волнообразное изменение поддержки у оппозиционных и радикальных сообществ*. Здесь сетевые политические идентичности наиболее нестабильны. Причиной этого может быть и то, что многие африканские политические режимы сами не отличаются серьезной стабильностью. Местные власти просто не успевают наладить постоянный механизм собственной легитимации посредством развития сети лояльных интернет-сообществ.

В 2018 г. соотношение политических сил таково: власть – 43%, оппозиция – 23%, радикальные – 34% (в 2017 г.: провластные – 71%, оппозиционные – 23%, радикальные – 6%; в 2016 г.: власть – 57%, оппозиция – 41%, радикальные – 2%). Активные радикальные сообщества были обнаружены в соцсетях Египта и ЮАР.

Самый большой объем политизированного контента в 2018 г. был найден по тегам: имена политиков / названия политических партий – 60%, религия – 15%, идеологические – 15%, другие – 10% (в 2017 г.: имена политиков – 13%, названия политических партий – 23%, политика – 22%, правительство – 13%, гражданское общество – 7%, религия (в том числе, ислам) – 11%, идеологические – 7%; в 2016 г.: религия – 19%, имена политиков и / или названия политических партий – 15%, политические партии – 15%, либерализм – 12%). Самыми политизированными социальными сетями в 2018 г. оказались: Facebook – в 6 из 6 странах, Twitter – в 5 из 6, YouTube – в 3 из 6, Inatagram – в 2 из 6 (в 2017 г.: Facebook – в 6 из 6 странах, Twitter – в 5 из 6, YouTube – в 1 из 6, Inatagram – в 2 из 6; в 2016 г.: Facebook – 5 из 6 странах, Twitter – в 2 из 6, YouTube в 1 из 6, Instagram – в 1 из 6).

Перейдем к процентному сравнению политических сил в социальных сетях каждой страны. В соцсетях *ЮАР* все еще наблюдается рост количества подписчиков у оппозиционных сообществ в виду парламентских выборов, которые состоятся в 2019 г. Однако контент в оппозиционных сообществах стал более радикальным, поэтому из умеренной оппозиции сообщества были переключены в радикальную оппозицию. Процентное соотношение политических сил в Интернете в 2018 г. здесь таково: власть – 67%, радикалы – 33% (2017 г.: власть – 75%, оппозиция – 25%; 2016 г.: власть – 82%, оппозиция – 18%). Скорее всего, оппозиция стала выступать с более радикальными лозунгами из-за нарастания расового конфликта между белым и черным населением.

В *Марокко* процентное соотношение политических сил в Интернете в 2018 г. следующее: власть – 97%, оппозиция – 2%, радикалы – 1% (в 2017 г.: 95% провластные сообщества, 4% оппозиционные, 1% радикальные; в 2016 г.: власть – 28%, оппозиция – 72%). Король Марокко де-факто имеет неограниченную политическую власть. Кроме того, любая критика, направленная в адрес короля, в стране строго запрещена. Политические свободы ограничены. В стране также есть место репрессиям на политической почве. Имеются политические аресты, и существуют политические заключенные.

Процентное соотношение политических сил в соцсетях *Египта*: власть – 19%, оппозиция – 29%, радикалы – 52% (в 2017 г.: 70% – провластные, 30% – оппозиционные (фактически, радикальные); в 2016 г.: власть – 27%, оппозиция – 73%). Как видно, египетская власть снова потеряла доверие со стороны населения. Прежде всего, это связано с терактом 9 апреля 2017 г., а также экономическим кризисом в стране. Также изменился охват групп в соцсетях, найденных во время исследования: в 2016 г. было найдено 11 крупных политизированных сообществ (общей численностью 6 523 637 чел.), в 2017 г. было найдено уже 25 крупных политизированных сообществ (общей численностью 16 437 700), а в 2018 г. – это 34 сообщества с общим количеством подписчиков свыше 26,5 млн чел.

8 августа 2017 г. в *Кении* прошли выборы президента, на которых победил с преимуществом почти в 10% действующий на тот момент президент – Ухуру Кениата. Его главный оппонент, Раила Одингга, настоял на аннулировании результатов выборов. Повторные выборы были назначены на 26 октября 2017 г., но в начале октября Одингга снял свою кандидатуру, ввиду чего Кениата был переизбран. В соцсетях Кении после победы действующего президента снова наблюдается усиление провластных сил: власть – 96%, оппозиция – 4%, из них 1% – радикалы (в 2017 г.: власть – 74%, оппозиция – 26%; 2016 г.: власть – 92%, оппозиция – 8%).

Кенийские власти провели серьезную работу по конструированию лояльного режиму сетевых политических идентичностей. Cambridge Analytica, работавшая на кандидата Кениату, не только анализировала активность интернет-пользователей посредством инновационной психометрической методологии Big Data, но и использовала таргетированную пропаганду, муслирующую так называемые *этнические страхи* жителей страны. Так, если Кениату поддерживает этническая группа кикуйю – земледельцев,

экспортирующих кофе и проживающих в центральных районах страны, то Одингу поддерживает народ луо, чьим занятием является не только земледелие, но и скотоводство (крупный, мелкий рогатый скот). Изображение представителей этнической группы луо имманентно агрессивными и жестокими получило широкое распространение в кенийских сетевых сообществах, что, несомненно, повлияло на рост политической поддержки Кениаты со стороны населения, уставшего от гражданских столкновений.

В соцсетях *Нигерии* власть также продолжает укреплять свои позиции в социальных сетях. Процентное соотношение политических сил в Интернете в 2018 г.: 68% – власть, 31% – оппозиция, 1% – радикальные сообщества (в 2017 г.: 58% – провластные группы, 38% – оппозиционные, радикалы – 4%; в 2016 г.: власть – 30%, оппозиция – 70%). Сократилось количество радикальных сообществ. Периодически в Instagram и Twitter появляются новые радикальные страницы, но они быстро блокируются.

Тогда как в соцсетях *Туниса* обратная картина – наблюдается уменьшение сторонников власти. В первую очередь, это связано с блокировкой нескольких провластных сообществ в Facebook, в которых состояли более 1,5 млн чел. (причина блокировки пока недостаточно ясна). Процентное соотношение политических сил в Интернете: власть – 83%, оппозиция – 17% (2017 г.: власть – 92%, оппозиция – 8%; 2016 г.: власть – 79%, оппозиция – 21%).

### **Постсоветский кластер**

Идентичность в постсоветских странах – важнейшая проблема государственного строительства [14]. Процентное соотношение политических сил в Интернете по всей группе стран (Россия, Украина, Белоруссия, Молдавия, Казахстан, Таджикистан, Узбекистан, Туркменистан, Армения и Азербайджан) в 2018 г. следующее: 66% – провластные, 21% – умеренно-оппозиционные, 13% – радикальные (в 2017 г.: 64% – провластные, 26% – умеренно-оппозиционные, 10% – радикальные). Кардинальных изменений в расстановке политических сил в постсоветском кластере не обнаружено, даже несмотря на то, что подобные изменения произошли в Беларуси и Армении, но все-таки на общих показателях это отразилось не столь ярко. *Ведущую роль в соцсетях играют провластные группы*, немного уменьшился процент умеренно-оппозиционных сообществ, зато возрос процент радикальных (несмотря на цензуру в Интернете в некоторых странах).

Наиболее крупный объем политизированного контента в 2018 г. был найден по тегам: имена политиков и / или названия политических партий – 55%, политика – 16%, патриотизм – 15%, религия – 8%, пр. – 6% (в 2017 г.: имена политиков и / или названия политических партий – 49%, политика – 20%, либерализм – 5%, религия – 7%, патриотизм – 13%, пр. – 6%). Особое внимание пользователей социальных сетей привлекают сообщества с именами политических лидеров и названиями партий, так как легко идентифицируются. Заметную роль играют патриотические и религиозные сообщества.

Самыми политизированными социальными сетями в 2018 г. оказались: Facebook – 5 из 10 стран, Twitter – 8 из 10 баллов, ВКонтакте – 5 из 10, Одноклассники – 3 из 10, YouTube – 1 из 10, Instagram – 1 из 10, Telegram – 3 из 10 (в 2017 г.: Facebook – в 6 из 10 странах, ВКонтакте – в 5 из 10, Twitter – в 2 из 10, Одноклассники – в 2 из 10, YouTube – в 2 из 10, Instagram – в 1 из 10). Стоит отметить, что Telegram начали активно блокировать (например, в России). Это, наоборот, вызвало еще больший интерес к данной социальной сети. По данным Медиалогии, Mediascore и TGstat, аудитория только российских политических каналов в 2018 г. составила 1,9 млн чел. [32]. Политическая жизнь в социальных сетях на постсоветском пространстве набирает с каждым годом все большую популярность и становится одним из ключевых пунктов государственной политики страны.

В *России* процентное соотношение политических сил в Интернете в 2018 г. таково: провластные – 68%, умеренно-оппозиционные – 25%, радикальные – 7% (в 2017 г.: 70% – провластные, 20% – оппозиционные, 10% – радикальные). Большинство радикальных

сообществ в соцсетях «закрыты». Пользователи соцсетей интенсивнее вступают в сообщества конкретных политиков или партий, нежели в сообщества, связанные с определенными политическими идеологиями. Особенно заметна эта тенденция была в связи с президентскими выборами 2018 г. Есть проблема и коммуникационной агрессии [2]. Следует отметить, что российские пользователи соцсетей активно интересуются политической жизнью своей страны, причем в соцсетях России представлен достаточно широкий спектр различных политических взглядов и течений.

*Украина* показала следующее процентное соотношение политических сил в Интернете в 2018 г.: 59% – провластные, 16% – умеренно-оппозиционные, 25% – радикальные группы (в 2017 г.: 16% – провластные группы, 49% – оппозиционные и 35% – радикальные). Напряженная политическая ситуация в стране заставляет власть брать под контроль все сферы жизни общества, особенно уделяется внимание Интернету и активности пользователей соцсетей. За счет контроля и цензуры была заметно уменьшена аудитория умеренно-оппозиционных сообществ.

Также анализ социальных сетей Украины показал наличие контроля соцсетей со стороны власти, которая пытается создать иллюзию общественной поддержки существующего политического режима. Сообщества ведутся на украинском языке, уменьшается использование русского языка. Антироссийскими настроениями насыщены практически все украинские сообщества.

В соцсетях *Белоруссии* процентное соотношение политических сил в Интернете в 2018 г. следующее: провластные – 14%, умеренно-оппозиционные – 37%, радикальные – 49% (в 2017 г.: 47% – провластные, 22% – умеренно-оппозиционные и 31% – радикальные). В стране имеется определенная цензура, о чем свидетельствует исследование FreeDom House [33], однако пользователи получают доступ к желаемым страницам в социальных сетях, даже несмотря на их блокировки (при этом важно осознавать, что подход FreeDom House бывает не всегда объективным), например, такие как «Белорусский партизан» и «Хартия'97». Также набирают популярность сообщества, которые не выражают четкую политическую позицию, позиционируя себя как развлекательный паблик, но на самом деле высмеивает режим А. Лукашенко в современной Белоруссии. Подобного рода сетевые сообщества со временем обретают политическую направленность и уже прямо заявляют о несогласии с существующим политическим режимом.

В *Молдавии* процентное соотношение политических сил в Интернете в 2018 г.: провластные – 49%, умеренно-оппозиционные – 35%, радикальные – 16% (2017 г.: 28% – провластные группы, 72% – умеренно-оппозиционные). Несмотря на значительную поддержку провластных сил, в соцсетях достаточно активны, к примеру, этнические меньшинства, которые выступают против нынешней власти.

*Казахстан* показывает нам следующую политизацию сообществ в 2018 г.: 41% – провластные, 35% – умеренно-оппозиционные, 24% – радикальные (в 2017 г.: 58% – провластные группы, 25% – умеренно-оппозиционные и 17% – радикальные). Перенаправление внешнеполитического курса Казахстана с России в сторону Запада сказывается и на уровне поддержки провластных сил в соцсетях, а также на нарастании популярности оппозиционных и даже радикальных.

Рассматривая соцсети *Таджикистана*, мы видим значительные изменения в расстановке сил в 2018 г.: 99% – провластные и 1% – умеренно-оппозиционные (в 2017 г.: 84% – провластные группы, 16% – оппозиционные). Практически все умеренно-оппозиционные сообщества были заблокированы, радикальных даже не возникает. Для страны характерен тотальный контроль над соцсетями со стороны власти.

В *Узбекистане* процентное соотношение политических сил в Интернете в 2018 г. было таково: 89% – провластные сообщества, 4% – умеренно-оппозиционные сообщества, 7% – радикальные сообщества (в 2017 г.: 95% – провластные группы, 1% – оппозиционные и 4% – радикальные). На данный момент основной интерес пользователей

соцсетей направлен на страницы известных политиков, лидеров политических партий и президента страны.

Процентное соотношение политических сил в соцсетях *Туркменистана* не изменилось: 100% – провластные силы. Умеренно-оппозиционных и радикальных сообществ в соцсетях не появилось. Основной проблемой при исследовании страны была сложность перевода с туркменского языка.

В *Армении* процентное соотношение политических сил в Интернете в 2018 г. до роспуска правительства, смены президента и премьер-министра было следующее: власть – 51%, умеренная оппозиция – 34%, радикалы – 15% (в 2017 г.: власть – 60%, оппозиция – 40%). Самые ожесточенные дискуссии в социальных сетях разворачивались вокруг действующего на тот момент президента, отношений с Азербайджаном и деятельности группы «Сасна Црер». Политическая оппозиция лучше представлена в Facebook, нежели в ВКонтакте. Также стоит отметить, что провластные группы не носят ярко выраженного политического характера, чаще всего в них размещается новостной контент, а вот сообщества радикальной оппозиции концентрируются на критике действующей власти.

В социальных сетях *Азербайджана* была выявлена следующая расстановка сил в 2018 г.: власть – 50%, умеренная оппозиция – 20%, радикальные – 30% (в 2017 г.: власть – 80%, оппозиция – 18%, радикальные – 2%). Увеличение поддержки у оппозиционных сообществ возросло в преддверии президентских выборов 2018 г. Однако, несмотря на значительное снижение интереса в соцсетях к власти Азербайджана, Ильхам Алиев смог удержать электорат, получил на выборах 86,22% голосов.

Политизированные сообщества Азербайджана разделены на два основных кластера: Facebook и ВКонтакте. В Facebook радикальная оппозиция имеет достаточно серьезные позиции, численность провластных групп значительно меньше. Подобное можно сказать и о YouTube. Если судить в целом по количеству подписчиков, то радикальная оппозиция на порядок активнее использует соцсети в своей работе.

#### **Восточноевропейский кластер**

В ходе исследования Восточноевропейского кластера (Польша, Сербия, Венгрия и Литва) было выявлено, что провластные сообщества составляют – 42%, умеренно-оппозиционные – 43%, а радикальные – 15%. Общеευропейская позиция, так или иначе, выражается в политике ведущих европейских государств – Франции, Германии, Великобритании и, отчасти, Италии. Данная «большая четверка» и в дальнейшем будет определять европейскую внешнюю политику, если можно так назвать более-менее обобщенную европейскую позицию. Вместе с тем, находясь в тесном экономическом и военно-политическом союзе, ведущие европейские государства занимают достаточно противоречивые позиции в отношении политики США, однако их позиции во многом схожи в части региональной политики (Балканы и другие страны). При этом, Великобритания уже не скрывает своей вынужденной консолидации с Францией и Германией по вопросам интеграции стран Восточной Европы в евроатлантические структуры. Но в самих восточноевропейских странах есть своя специфика. К примеру, в Сербии до сих пор сильны радикальные структуры, выступающие против подобной интеграции. Схожий сценарий можно наблюдать и в Латвии, где внутренняя проблема получения образования на русском языке уже перерастает в митинги и демонстрации против действующих властей. В противовес можно привести в качестве примера Венгрию и Польшу, где все стороны придерживаются согласованной риторики, и, в целом, в этих странах наблюдается рост проправительственных настроений по сравнению с предыдущими годами исследования.

Крупный объем политизированного контента в 2018 г. был найден по тегам: имена политиков и / или названия политических партий – 27%, демократия – 27%, национализм – 12%, консерватизм – 9%, социализм – 8%; либерализм – 6%, прочие – 11%. Самыми политизированными социальными сетями в 2018 г. оказались: Facebook – 4 из 4 стран, Twitter – 4 из 4 баллов, ВКонтакте – 1 из 4, YouTube – 2 из 4.

В 2018 г. в ходе исследования социальных сетей *Польши* было установлено следующее соотношение политических сил: провластные – 52%, умеренно-оппозиционные группы – 39 %, радикальные – 9%. Данные сообщества преимущественно ведутся на польском и английском языке. Антироссийские настроения встречаются достаточно часто во всех сообществах, особенно в проправительственных и радикальных. В умеренно-оппозиционных эти настроения тоже имеют место быть, но им уделяется не столь большое значение.

При исследовании социальных сетей *Сербии* было установлено следующее распределение политических сил: провластные – 30%, умеренно-оппозиционные – 30%, радикальные – 40%. Наиболее активны в социальных сетях оппозиционные и радикальные силы. Распространены каналы с политическим сарказмом (похожие на российский Лентач и КБ). Национализм, распространенный в соцсетях Сербии, – антизападный, шовинистический, гомофобный. У власти есть только информационные порталы партии. Оппозиция помимо официальных аккаунтов в соцсетях имеет и более радикальные аналоги.

Во время анализа социальных сетей *Венгрии* было установлено, что в социальных сетях провластные силы составляют – 43%, умеренно-оппозиционные – 49%, радикальная оппозиция – 8%. Уровень политизации соцсетей Венгрии невысокий, но просматривается тенденция ее роста. Страна выделяется наиболее независимым поведением из всех государств Восточной Европы на фоне миграционного кризиса, охватившего Европу. Этим Венгрия обязана незаурядной личности премьер-министра Виктора Орбана и удачной диспозиции на политической сцене, где две самые крупные политические силы – правящая партия «Фидес» и оппозиционная «Йоббик» – придерживаются согласованной риторики.

Когда рассматривались социальные сообщества *Латвии*, было установлено, что здесь имеется следующая расстановка сил: провластные – 44%, умеренно-оппозиционные – 55%, радикальные – 1%. Преобладание умеренно-оппозиционных настроений можно связать, в частности, и с реформой закона об образовании в Латвии. В начале апреля президент Латвии Раймондс Вейдонис утвердил поправки к закону об образовании, которые предполагают постепенный перевод школ национальных меньшинств на обучение на латышском языке. В стране в течение последних лет сохраняется проблема массовости лиц «без гражданства» (около 400 тыс. жителей Латвии являются лицами без гражданства). Проблема затрагивает преимущественно русскоязычное население.

В прибалтийских странах сохраняются наибольшие различия между титульным населением и представителями нацменьшинств в социальной сфере. Уровень безработицы среди нетитульного населения на протяжении последних лет постоянно выше, чем среди титульного. Причинами такой ситуации является не только спад производства и незнание государственного языка, но и национальная принадлежность. О неравенстве на рынке труда между титульным и нетитульным населением говорит также тот факт, что среди государственных служащих доля последних весьма незначительна.

### **Выводы**

Подведем итоги. Эмпирические данные III волны подтверждают нашу гипотезу о том, что из-за роста коммуникационных связей представителей более аморфных политических субкультур посредством Интернета формируются более устойчивые и постоянные сетевые политические идентичности (табл. 1). Подобное можно связать с «принципом Стаута». Следовательно, для разрушения сетевой политической идентичности нужны более фундаментальные политические и социально-экономические процессы. Но в условиях появления более-менее устойчивых сетевых политических идентичностей требуется учитывать совершенно новый фактор – деятельность политико-консалтинговых фирм, исследующих активность интернет-пользователей посредством инновационной психометрической методологии Big Data (например, Cambridge Analytica или Crosby Textor Group). Бизнес «больших данных» заинтересован в развитии новых

коммуникационных арен (эхо-камер) [9], куда он посредством рекламных приемов «погружает» пользователей сети и исследует их поведение с помощью цифровых следов. В итоге возникает целостный политико-технологический процесс, тесно связанный с сетевыми политическими идентичностями: анализ цифровых следов пользователей через инструменты Big Data; выявление политизированных пользователей Интернета и сетевых политических идентичностей, создание психопрофилей пользователей; таргетированная микро-целевая пропаганда; сконструированная итоговая целевая аудитория в виде сетевой политической идентичности или группы лояльных пользователей.

Таблица 1

**Уровень устойчивости сетевых политических идентичностей (%)**

Кластеры Интернета	Сетевые политические идентичности		
	Провластная	Умеренно- оппозиционная	Радикальная
<b>I волна</b>			
Западноевропейский	38	58	4
Англосаксонский	54	33	13
Латиноамериканский	81	18	1
Азиатский	59	35	6
Африканский	41	57	2
<b>II волна</b>			
Западноевропейский	47	44	9
Англосаксонский	64	25	11
Латиноамериканский	69	28	3
Юго-Западный Азиатский	67	20	13
Юго-Восточный Азиатский	55	41	4
Африканский	71	23	6
Постсоветский	62	27	11
<b>III волна</b>			
Западноевропейский	51	43	6
Англосаксонский	66	30	4
Латиноамериканский	39	48	13
Юго-Западный Азиатский	76	15	9
Юго-Восточный Азиатский	68	27	5
Африканский	43	23	34
Постсоветский	66	21	13
Восточноевропейский	42	43	15

Ранее итоги I волны «Глобального исследования политизации социальных сетей» также подтвердили рабочую гипотезу [20]. Политические субкультуры действительно имеют свое отражение в виртуальном пространстве, создавая условия для оформления более конкретных сетевых политических идентичностей. В настоящее время абсентеисты, не доверяющие таким традиционным политическим институтам как партии и парламент, постепенно переориентируются на обсуждение политических тем в социальных сетях Интернета. Здесь они образуют новые социальные сообщества, разделяющиеся по идеологическим интересам, но в основном относящихся к проблематике «равенства» и «свободы». Естественно, власть стремится учитывать эти процессы виртуализации, медиатизации и мифологизации политики.

Важно помнить, что в свое время исследователь Д.М. Воробьев, вводя терминологию «социального адреса власти», предположил, что отдельная часть социума всегда способствует распространению политического влияния государства как по вертикали, так и по горизонтали, становясь «носителем легитимности», обладающим такими свойствами как сплоченность, организованность, высокая активность и численность, ориентация на ценности охранительства, жертвенности. Подобный подход к проблеме объясняет актуальность запроса на конструирование государством сообществ социальных сетей, лояльно настроенных по отношению к существующему режиму. Эти идеи органично дополняет новый концепт «сетевого фронта» [13, с. 83-97], который означает подвижную границу территории контакта, взаимопроникновения и взаимодействия социально-культурных практик сетевого и традиционного общества. Данный концепт хорошо поясняет, как процесс виртуализации политики пересекается с социализацией и политизацией Интернета: сначала на основе бурного развития платформ LinkedIn, Myspace, Facebook, YouTube, ВКонтакте, Twitter возник переход offline- в online- политику. В настоящее же время наметился своеобразный обратный переход online- в offline- политику. Иными словами, наблюдается некоторый «эффект бумеранга», когда искусственно конструируемые сетевые идентичности воздействуют на реальную политическую сферу.

Глубокое понимание феномена сетевой политической идентичности как «носителя легитимности» заставляет отвергнуть заблуждение «Декларации независимости киберпространства» Дж. Барлоу о том, что децентрализованные сети якобы по своей природе неподвластны политическому контролю. Современная постгегемонистская власть провоцирует создание сетевых культур и сетевых идентичностей через распространение специфических алгоритмов взаимодействия граждан в социальных сетях [22]. Власть учится у бизнеса, который не просто создает сетевую среду для своих целевых аудиторий, а буквально «запирает» в ней клиентов [9], приучая только к своей продукции, своему бренду, своему месседжу и никакому иному продукту или идее. Примером тому служит современный Китай, который не только ввел цензуру сети, но и активно создает альтернативные коммуникационные арены для своих граждан.

Важно заметить, что в современных сетевых сообществах стран Европы и Юго-Восточной Азии наблюдается высокий уровень поддержки оппозиционных сил. Получается, что Интернет в современных странах может быть не только демократической площадкой, но и удобной средой для радикализации и архаизации социально-политических отношений. Контент-анализ сетей свидетельствуют о том, что из-за «архаического отката в сети» есть риск начала активного формирования в социальных сетях радикальных и экстремистских сообществ как религиозного, так и неонацистского толка.

С другой стороны, у современных демократических режимов все больше появляется соблазнов по созданию эффективного политического симулякра, манипулирующего общественным сознанием через социальные сети Интернета, ограждающего властные элиты от радикально настроенной оппозиции и от невыгодных для них маршрутов политической модернизации. Без соответствующего развития гражданского общества может возникнуть серьезный перекося – государство априори имеет большой мобилизационный потенциал политических, информационных и экономических ресурсов. Тогда как во многих современных демократических странах силы гражданского общества разрознены, носят противоречивый характер и не всегда в полной мере артикулируются через институт политических партий и парламентов. Да и сама демократия часто является элементом «двойных стандартов», о чем пишет, к примеру, известный исследователь А.М. Сморгчов [17]. Финальным аккордом этого «сетевого перекося» может стать то, что властные элиты, захватив информационную инициативу через государственный механизм, лояльные партии, псевдообщественные организации и связанный с государством бизнес постепенно создадут политическую матрицу, где проявятся многие

элементы сюжета одноименного фильма Вачовски, проекта Паноптикума Иеремии Бентама, книги Джорджа Оруэлла «1984», произведения Евгения Замятина «Мы» и научно-фантастического романа-антиутопии Рэя Бредбери «451 градус по Фаренгейту». Аргументироваться это будет различными причинами – перенаселением, выходом из миграционного кризиса, призывами к безопасности, экономическими соображениями, угрозами терроризма, возрождением военно-политического могущества и т.п.

Генезис оппозиционных и радикальных политизированных сетевых сообществ Интернета отчетливо виден на примере Венесуэлы, Швеции и Германии. Однако такие страны как Россия, Новая Зеландия, Великобритания или Китай показали, что интернет-сообщества могут служить поддержкой для авторитета власти в обществе, стать своеобразным «носителем легитимности» в XXI в. II волна проекта зафиксировала и другой важный факт – в Западной Европе начинает проследиваться интернет-цензура. Если раньше антимусульманские сообщества были доступны, то теперь их страницы запрещены или периодически удаляются.

Таким образом, современная легитимность власти уже не может учитывать только силовые методы. Заря сетевой эпохи, о чем постоянно пишет в своих работах Мануэль Кастельс, заставляет власть искать новые сетевые приемы для усиления и поддержания собственного авторитета. В этих условиях становится понятно значение современной виртуализации политической сферы, когда обсуждение тем власти, политических новостей переходит в социальные сети Интернета. Вместе с тем пока недостаточно изучен обратный процесс – социализация Интернета, когда сообщества социальных сетей начинают оказывать определенное воздействие на реальную политику современных властных элит, партий и государств. Также требуется дальнейшее экспериментальное подтверждение существования устойчивых типов сетевых политических идентичностей в Интернете.

## Литература

1. Анкерсмит Ф. Политическая репрезентация. М.: ВШЭ. 2012. – 288 с.
2. Быков И.А. Коммуникативная агрессия в политическом дискурсе современной России //Журнал политических исследований. – 2018. – Т.2. – №3.
3. Володенков С.В. Массовая коммуникация и общественное сознание в условиях современных технологических трансформаций //Журнал политических исследований. – 2018. – Т. 2. – № 3.
4. Воробьев Д.М. Носитель легитимности (Российская политическая традиция организации социального адреса Власти) //Полис. Политические исследования. – 2005. – №3. – С. 56–64. DOI: <https://doi.org/10.17976/jpps/2003.05.07>
5. Грачев М.Н. Политика: коммуникационное измерение: монография. Тула: Издательство Тульского государственного педагогического университета им. Л.Н. Толстого. 2011. – 172 с.
6. Дзоло Д. Демократия и сложность: реалистический подход. 2010. М.: ВШЭ. 320 с.
7. Дуткевич П., Казаринова Д.Б. Конец эпохи глобализации: причины и последствия //Вестник Российского университета дружбы народов. Серия «Политология». – 2017. – Т. 19. – № 1. – С. 7–14. DOI: 10.22363/2313-1438-2017-19-1-7-14
8. Кастельс М. Власть коммуникации. М.: ВШЭ. 2017. – 591 с.
9. Кин Дж. Демократия и декоданс медиа. М.: ВШЭ. 2015. – 312 с.
10. Лымарь Е.М., Федорченко С.Н., Рябинкин Г.Ю. Политизация социальных сетей: сравнение двух волн проекта //Журнал политических исследований. – 2017. – Т. 1. – №. 4. – С. 50–77. URL: <https://naukaru.ru/ru/nauka/article/19596/view> (дата обращения: 22.09.2018).
11. Матюхин А.В. Ключевые категории политической власти в монархической теории Л.А. Тихомирова //Журнал политических исследований. – 2017. – Т. 1. – №. 4. – С. 115–128. URL: <https://naukaru.ru/ru/nauka/article/19594/view> (дата обращения: 28.09.2018).

12. Матюхин А.В. Самодержавная система государственного управления в монархической теории Л.А. Тихомирова //Журнал политических исследований. – 2018. – Т. 2. – №. 2. – С. 1–15. URL: <https://naukaru.ru/ru/nauka/article/22182/view> (дата обращения: 22.09.2018).
13. Морозова Е., Мирошниченко И., Рябченко Н. Фронтير сетевого общества //Мировая экономика и международные отношения. – 2016. – Т. 60. – №2. – С. 83–97.
14. Муштук О.З. Российская нация или российский народ? // Журнал политических исследований. – 2017. – Т. 1. – №. 4. – С. 1–14. URL: <https://naukaru.ru/ru/nauka/article/19595/view> (дата обращения: 22.09.2018).
15. Муштук О.З. Высокие должностные оклады чиновников – панацея от коррупции? //Журнал политических исследований. – 2018. – Т. 2. – №. 1. – С. 63–83. URL: <https://naukaru.ru/ru/nauka/article/20316/view> (дата обращения: 28.09.2018).
16. Одайник В. Психология политики: Политические и социальные идеи Карла Густава Юнга. 2010. СПб.: Азбука-классика. 256 с.
17. Сморгков А.М. Двойные стандарты в оценках римской демократии //Журнал политических исследований. – 2018. – Т. 2. – № 3.
18. Стаут Дж. Демократия и традиция. М.: Прогресс-Традиция, Территория будущего. 2009. – 464 с.
19. Тихонова С.В. Социальные сети: проблемы социализации Интернета //Полис. Политические исследования. – 2016. – №3. – С. 138–152. DOI: 10.17976/jpps/2016.03.11
20. Федорченко С.Н., Лымарь Е.М., Федорченко Л.В. Итоги глобального исследования политизации социальных сетей //Стратегическая стабильность. – 2016. – № 4 (77). – С. 69–73.
21. Федорченко С.Н. Big Data в политическом процессе Новой Зеландии //Обозреватель-Observer. – 2018. – № 6 (341). – С. 66–83.
22. Beer D. Power though the algorithm? Participatory web cultures and the technological unconscious //New Media & Society. 2009. Vol. 11. №6. P. 985–1002. DOI: 10.1177/1461444809336551
23. Freeman L.C. Centrality in Social Networks' Conceptual Clarification //Social Networks. 1979. №1. P. 215-239. DOI: [https://doi.org/10.1016/0378-8733\(78\)90021-7](https://doi.org/10.1016/0378-8733(78)90021-7)
24. Guenno J.M. La Fin de democratie. Paris: Flammarion. 1993. 180 p.
25. Kang Ch., Molinaro C., Kraus S., Shavitt Y., Subrahmanian V.S. Diffusion Centrality in Social Networks //IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining. Washington, Tokyo. 2012. P. 557-564.
26. [Электронный ресурс]. URL: [https://twitter.com/realDonaldTrump/status/980966813843509249?ref\\_src=twsrc%5Etfw&ref\\_url=http%3A%2F%2Fwww.mk.ru%2Fpolitics%2F2018%2F04%2F03%2Freyting-donald-trampa-dostig-50.html&tfw\\_site=mkomsomolets](https://twitter.com/realDonaldTrump/status/980966813843509249?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=http%3A%2F%2Fwww.mk.ru%2Fpolitics%2F2018%2F04%2F03%2Freyting-donald-trampa-dostig-50.html&tfw_site=mkomsomolets) (дата обращения: 20.05.2018).
27. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.nashvancouver.com/rejting-populyarnosti-pravitelstva-tryudo-upal-do-rekordno-nizkoj-otmetki/> (дата обращения: 20.05.2018).
28. [Электронный ресурс]. URL: <https://ria.ru/world/20170810/1500118620.html> (дата обращения: 20.05.2018).
29. [Электронный ресурс]. URL: [https://life.ru/t/новости/1031098/rieitingh\\_priezidenta\\_brazilii\\_dostigh\\_5](https://life.ru/t/новости/1031098/rieitingh_priezidenta_brazilii_dostigh_5) (дата обращения: 20.05.2018).
30. [Электронный ресурс]. URL: <http://ru.euronews.com/2018/05/23/colombian-elections-explainer-ru> (дата обращения: 20.05.2018).
31. [Электронный ресурс]. URL: <http://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/5218933> (дата обращения: 20.05.2018).
32. [Электронный ресурс]. URL: [https://t.me/thebell\\_io/1395](https://t.me/thebell_io/1395) (дата обращения: 20.05.2018).
33. [Электронный ресурс]. URL: <https://thinktanks.by/publication/2017/11/17/uroven-svobody-interneta-v-belarusi-vernulsya-k-urovnyu-2015-goda.html> (дата обращения: 20.05.2018).