

ОРИГИНАЛЬНАЯ СТАТЬЯ

DOI: 10.26794/2226-7867-2019-9-6-100-110  
УДК 32(045)

## Протестные настроения российской молодежи в цифровой сети\*

Р.В. Пырма

Финансовый университет, Москва, Россия  
<https://orcid.org/0000-0002-3413-4264>

### АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается протестная активность российской молодежи в социальных медиа как один из аспектов концепции «цифрового гражданства». Актуальность исследования обусловлена расширением влияния цифровых коммуникаций, возможностями инициирования, распространения, координации и мобилизации протестных действий в социальных медиа. Автор обозначает основные подходы к исследованию «вызревания» настроений протеста в цифровой среде. На основании социологического исследования определены сферы интересов молодых пользователей цифровыми коммуникациями, сопоставляется гражданская активность молодежи в онлайн и в офлайн пространстве. В ходе проведенного исследования была установлена интенсивность протестных сообщений в интернете и социальных медиа, определена тематика протестного контента в цифровой среде. Исследование позволило определить наиболее распространенные модели поведения как реакцию молодых пользователей интернета на призывы к протестным действиям. Автор проводит ролевую дифференциацию аудитории протеста по гендерным и возрастным группам, по направлению профессиональной подготовки и времени нахождения в сети, а также способам получения новостей онлайн. Полученные данные исследования соотносятся с текущими тенденциями изменений гражданской активности в современных обществах; обозначаются глубинные факторы, способствующие росту протестных настроений.

**Ключевые слова:** цифровое гражданство; политический протест; гражданское участие; политические коммуникации; социальные медиа

**Для цитирования:** Пырма Р.В. Протестные настроения российской молодежи в цифровой сети. *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. 2019;9(6):100-110. DOI: 10.26794/2226-7867-2019-9-6-100-110

ORIGINAL PAPER

## Protest Moods of Russian Youth in a Digital Network\*\*

R.V. Pyрма

Financial University, Moscow, Russia  
<https://orcid.org/0000-0002-3413-4264>

### ABSTRACT

This article discusses the protest activity of Russian youth in social media as one of the aspects of the concept of “digital citizenship”. The relevance of the study is due to the expanding influence of digital communications, the possibilities of initiating, disseminating, coordinating and mobilising protest actions in social media. The author outlines the main approaches to the study of the “ageing” of the mood of protest in the digital environment. Based on sociological research, the areas of interest of young users of digital communication are determined, and civic activity of young people is compared online and offline. In the course of the study, the intensity of protest messages on the Internet and social media was established, and the topics of protest content in the digital environment were determined. The study allowed us to identify the most common patterns of behaviour as the reaction of young Internet users to calls for protest actions. The author conducts a role differentiation of the protest audience by gender and age groups, in the direction of training and time spent on the network, as well as ways to receive online news. The research data obtained are correlated with current trends in civic activity in modern societies. Finally, the author indicated the underlying factors contributing to the growth of protest moods.

**Keywords:** digital citizenship; political protest; civic participation; political communications; social media

**For citation:** Pyрма R.V. Protest moods of Russian youth in a digital network. *Gumanitarnye Nauki. Vestnik Finansovogo Universiteta = Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial University*. 2019;9(6):100-110. DOI: 10.26794/2226-7867-2019-9-6-100-110

\* Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и АНО ЭИСИ в рамках научного проекта № 19-011-31001.

\*\* The study was carried out with the financial support of the RFBR and ANO EISI within the framework of the research project No. 19-011-31001.

## ЦИФРОВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ

Изначально массив исследований о влиянии интернета на общественное взаимодействие фиксировал несущественные либо, скорее, отрицательные эффекты, такие как политическая разобщенность и снижение гражданской активности, которые в итоге вели к уменьшению социального капитала [1]. Однако с открытием возможностей цифровых технологий коммуникации в сетевом общении и обмене информацией в социальных медиа возникли условия для реализации индивидуальных творческих и общественных форм участия, которые способны конвертироваться в политические действия. Современный анализ метаданных исследований показывает, что происходит усиление различных эффектов влияния цифровых коммуникаций на политическое взаимодействие граждан [2]. Исследователи выявляют позитивную связь между использованием социальных сетей и общественной вовлеченностью, включая такие ее составляющие, как социальный капитал, гражданская активность и политическое участие [3]. При этом исследователи гражданского участия обозначают, что социальные сети больше используются для политического выражения и меньше — для информационного освещения, но сам масштаб этих эффектов зависит от существующего контекста [4].

Одной из важнейших тем влияния цифровых коммуникаций на гражданское участие стала протестная мобилизация. Многие исследователи пришли к заключению, что цифровые коммуникации, в частности социальные медиа, способствуют распространению протестной активности [5]. Сайты социальных сетей используются как коммуникационные медиатехнологии, которые расширяют охват и скорость распространения информации среди разных аудиторий. Относительно низкая стоимость доступа превратила каналы социальных сетей в высокоэффективные альтернативы для предоставления информации по политическим вопросам, приглашения и координации участия других в протестной деятельности, а также распространения мультимедийного контента, касающегося акций протеста. Платформы социальных сетей также передают эмоциональные и мотивационные сообщения как в поддержку протестной активности, так и против нее. К ним относятся сообщения, в которых подчеркиваются нравственное негодование, проблемы социальной справедливости

и лишений, а также явно идеологические вопросы [6].

Результаты исследований указывают на то, что активность в социальных сетях коррелирует с последующей крупномасштабной децентрализованной координацией протестов, что имеет важные последствия для будущего баланса сил между активированными гражданами и их государствами [7]. Ряд исследователей полагает, что интернет-коммуникации являются ключевым элементом мобилизации современного протеста, во многом определяющим его временные рамки и организационные возможности. Данный вывод делается на основании связи интернет-дискуссий с активистскими действиями офлайн, особенностей групп солидарности, складывающихся в социальных сетях [8].

В исследованиях выделяются подходы к изучению организации протестной активности в цифровой среде: «умная толпа», минимизация затрат, взаимосвязь социальных сетей и информационных потоков, солидаризация и социальный перформанс, слактивизм. Виртуальные социальные сети рассматриваются как эффективный информационный, мобилизационный, солидаризационный и синхронизирующий ресурс, где минимизированы временные, финансовые и эмоциональные затраты. В контексте обозначенных подходов предполагается, что протестная активность представляет собой принципиально новую форму гражданских инициатив. Ее особенности: рост интенсивности сетевых взаимодействий (присоединение к сообществу (группе), участие в сетевых дискуссиях, распространение и одобрение информации и т.д.), привлечение широких слоев населения к протестной риторике, мгновенная реакция на возникающие в обществе проблемы.

Во влиянии социальных сетей на протестную активность граждан выявляется амбивалентный характер. С одной стороны, это возможности для выражения гражданской позиции, коллективной мобилизации, актуализации проблемного поля, с другой — эффекты отчуждения от реального протестного движения, концентрации на виртуальном взаимодействии, деанонимизация лидеров протестного движения, установление контроля власти [9]. Некоторые исследователи считают несостоятельными «традиционные» структурно-критический и ресурсно-мобилизационный подходы к интерпретации протестных настроений, предлагая использовать систем-

нокоммуникативный подход для анализа социального радикализма как особого типа коммуникации, содержащего бинарный медиакод и общую тему [10].

В изучении протестной активности исследователи используют различные методы. Киберметрический анализ цифровых следов протестной активности на основании комплексной методики, совмещающей ивент-анализ и дискурс-анализ с применением онлайн интернет-сервиса мониторинга социальных медиа, позволяет выявить размерность, структуру протестных сетей, типологизировать сообщения, формирующие протестные установки у пользователей [11]. Дискурс-анализ сообщений социальных медиа обнаруживает доминирование технологий негативной мобилизации протестующих: отождествление политических субъектов с источниками общественной угрозы или недовольства; использование антропоморфных метафор; транслирование сведений провокационного характера [12].

Некоторые авторы применяют многомерный подход к концептуализации и оценке использования социальных сетей в организации политического протеста. Использование социальных сетей может привести к участию в протестах как непосредственно через активацию поведения, так и косвенно — через формирование поддержки. Социальные сети используются в качестве посредника между социально-психологическими переменными и участием [13]. Однако при всех общественных трансформациях цифровые технологии не изменили основных социальных процессов, лежащих в основе общения, распространения информации и механизмов, побуждающих людей присоединиться к коллективным действиям [14].

### ПРОТЕСТНЫЕ УСТАНОВКИ

В общей протестной массе и среди организаторов политического протеста оказывается весьма значительная, а часто и преобладающая доля молодежи, что предопределяет исследовательский интерес к данной социальной группе. Между тем, согласно данным социологического исследования<sup>1</sup> среди российской молодежи политика

находится на периферии интересов. Информация о политических партиях, лидерах и акциях вызывает активность относительно небольшого числа молодых пользователей цифровых коммуникаций. Число постоянных комментаторов политических тем составляет немногим более десятой доли (11%), время от времени выражают свое мнение публично менее четверти (22%), тогда как более четверти (28%) крайне редко обозначает свою политическую позицию, а наибольшая часть (38%) избегает политических сообщений. Внимание молодежи привлекает прежде всего информация о личных увлечениях, в меньшей степени — о профессиональной деятельности. Сопоставимы доли тех, кто интересуется решением экологических и социальных проблем, защитой прав человека и добровольческой деятельностью. Очевидно, что молодых граждан интересует значительно больше личное, чем общественное (табл. 1).

Обозначаемый молодежью гражданский нетворкинг позволяет определить степень активности молодежи по видам деятельности и используемые каналы поступления информации. Из представленного перечня активностей наибольшее число молодежи обнаруживает пассивные формы поведения в сети, предпочитая получать сведения в интернете из источников государственных ведомств, немногим меньше — от политизированных сообществ и от оппозиционных политических сил. При этом выявляется небольшая, но значимая часть молодежи от 5 до 10%, демонстрирующая активные модели политического поведения в интернете (рис. 1).

Проявление молодежью гражданской активности в реальной жизни указывает на расположенность большинства участвовать в выборах под влиянием одобряемых установок общественного поведения. Более трети молодежи обозначает участие в подписании обращений к представителям власти. Об активной политической деятельности заявляет не более пятой части молодежи, при этом из них менее одной десятой части обозначает свое отношение к непарламентским, в первую очередь — оппозиционным партиям.

Распространение протестного контента посредством цифровых коммуникаций стало проявлением общественных настроений пользователей и активной политической борьбы. Более четверти молодежи (29%) часто получает информацию оппозиционного характера, при-

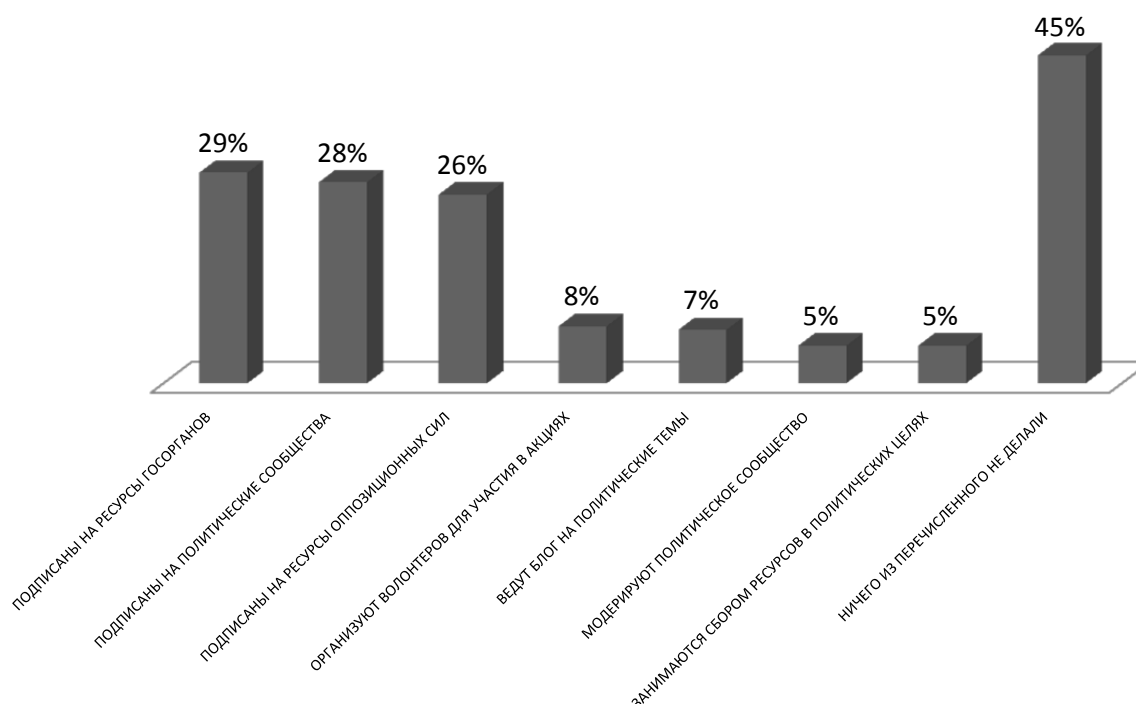
<sup>1</sup> Онлайн опрос 1000 респондентов был проведен в августе-сентябре 2019 г. Репрезентативная выборка сформирована в соответствии с возрастными квотами молодежи 15–19, 20–24 и 25–29 лет и с территориальным распределением по федеральным округам РФ.

Таблица 1 / Table 1

**Сферы интересов пользователей цифровых коммуникаций среди молодежи (в последние два-три года интересуетесь ли вы следующими темами в социальных сетях и онлайн СМИ?) / Areas of interest for users of digital communications among young people (in the last two or three years, are you interested in the following topics in social networks and online media?)**

Сфера интересов	Часто читаю, комментирую или пишу сообщения	Иногда читаю, комментирую или пишу сообщения	Очень редко читаю, комментирую или пишу сообщения	Никогда не читаю и не пишу на эту тему
Решение социальных проблем местных жителей, %	20	33	25	22
Решение вопросов защиты прав человека, меньшинств и др., %	19	32	24	26
Поддержка политических партий, кандидатов, проведение акции, %	11	22	28	38
Борьба за сохранение природы, экологическую безопасность, %	22	33	29	16
Участие в волонтерской деятельности, %	15	30	28	27
Решение вопросов, связанных с профессиональной деятельностью, %	29	36	19	16
Решение вопросов, связанных с увлечениями, хобби, %	41	33	14	12

Источник / Source: составлено авторами / compiled by the authors.



**Рис. 1 / Fig. 1. Гражданская активность молодежи в онлайн (Что из нижеперечисленного лично вы делаете в интернете?) / The civil activity of young people online (Which of the following do you do yourself on the Internet?)**

Источник / Source: составлено авторами / compiled by the authors.

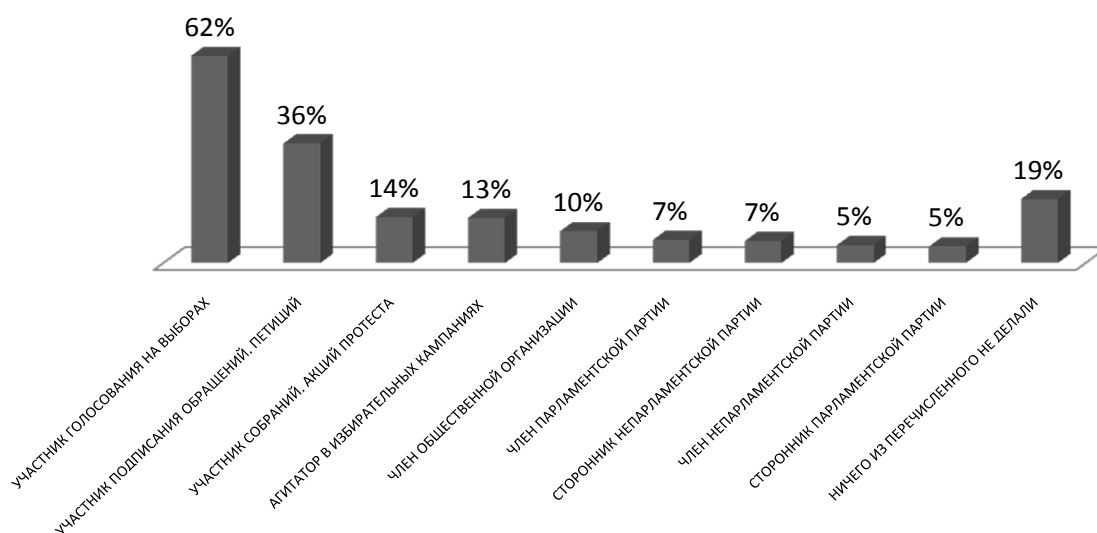


Рис. 2 / Fig 2. Гражданская активность молодежи в офлайн (Что из нижеперечисленного лично вы делали в реальной жизни?) / Youth civic engagement offline (What of the following did you do yourself in real life?)

Источник / Source: составлено авторами / compiled by the authors.

чем заметно больше на нее обращают внимание мужчины, чем женщины. Почти половина (48%) молодых пользователей редко сталкиваются с таким сообщениями либо их не замечают. При этом возрастные различия в получении информации протестного характера менее выражены (табл. 2).

Информация протестного характера, разносящая по сетевым каналам политической коммуникации, касается, прежде всего, тем защиты гражданских прав и борьбы с коррупцией. Причем, если первая тема в близкой степени обозначается гендерными группами молодежи, то вторая тема заметно больше фиксируется мужчинами, чем

женщинами. При этом тема защиты гражданских прав более выражена среди групп студенческого и зрелого возраста, а тема коррупции — среди зрелого возраста. Около трети молодежи замечают протестные сообщения на темы нарушений на выборах, непопулярных решений власти и установления правил деятельности в интернете. Причем информацию на данные темы обозначают гораздо больше мужчин, чем женщин. Однако в случаях защиты прав меньшинств женщины несколько с большим вниманием относятся к этой информации (табл. 3).

С призывами в интернете и социальных медиа к протестным действиям сталкивалось подавля-

Таблица 2 / Table 2

**Интенсивность протестных сообщений в интернете и социальных медиа (Как часто в интернете, в социальных сетях вы сталкиваетесь с сообщениями, призывающими к участию в акциях политического и/или гражданского протеста?) / The intensity of protest messages on the Internet and social media (How often on the Internet, on social networks do you encounter messages calling for participation in political and/or civil protest actions?)**

Интенсивность протестных сообщений	В целом	Пол		Возраст		
		мужской	женский	15–19 лет	20–24 лет	25–29 лет
Раз в неделю и чаще встречаю такие сообщения, %	29	32	25	31	25	30
Реже, чем раз в неделю встречаю такие сообщения, %	48	47	50	49	50	47
Никогда не встречали таких сообщений, %	23	21	25	21	24	23

Источник / Source: составлено авторами / compiled by the authors.



Таблица 3 / Table 3

**Тематика протестного контента в интернете и социальных медиа (Если вы сталкивались с сообщениями, призывающими к участию в акциях политического и/или гражданского протеста, то чему они были посвящены?) / Topics of protest content on the Internet and social media (If you have come across messages calling for participation in actions of political and/or civil protest, what were they dedicated to?)**

Тематика протестного контента	В целом	Пол		Возраст		
		мужской	женский	15–19 лет	20–24 лет	25–29 лет
Ущемление прав граждан, %	48	50	47	46	50	49
Борьба с коррупцией, %	47	52	41	46	43	50
Нарушения при проведении выборов, %	37	42	31	34	37	38
Несправедливые решения власти, %	36	40	33	37	38	35
Ограничения интернет-прав, %	33	38	28	36	32	32
Ущемление прав меньшинств, %	19	18	21	21	16	20
Защита прав коренного населения, %	9	7	11	7	10	9
Другое, %	1	1	0	1	1	0
Никогда не встречали таких сообщений, %	29	27	31	28	31	28

Источник / Source: составлено авторами / compiled by the authors.

ющее большинство молодежи (82%). Однако реагируют молодые пользователи различным образом. Треть (33%) молодежи игнорирует призывы к участию в политических акциях, в несколько большей степени — старшеклассники и студенты младших курсов вузов. Однако более трети (37%) практически в равной степени в гендерных и возрастных группах со вниманием относятся к такой информации. Часть молодежи (более 10%) активизируется и переходит в состояние протестной мобилизации, из них наиболее весомая часть (5%) стремится получить информацию о возможности участия в акции, сопоставимая часть (5%) задействует круг своих знакомых (особенно в средней возрастной группе), немногие (2%) принимают индивидуальное решение об участии в протестных действиях (табл. 4).

Различия в моделях поведения позволяют дифференцировать аудиторию протестных действий, которая составляет около 50% от всей молодежи. Половина протестно настроенной молодежи относится к категории зрителей, что

составляет около четверти от всей молодежи. Более трети (37%) такой молодежи интересуется политической информацией оппозиционного толка, проявляя готовность поддержать протест. Значимая часть политизированной молодежи относится к активным участникам протестных действий (7%), сопоставимая часть — к лидерам протеста (5%). Вполне объяснимо, что среди лидеров и активистов протестных действий несколько больше мужчин, тогда как несколько большее число женщин предпочитает наблюдать за протестом. Среди активистов выделяется группа молодежи среднего возраста, большинство из которой составляют студенты старших курсов вузов (табл. 5).

Примечательно, что протестные настроения прослеживаются преимущественно у молодежи, избравшей гуманитарный профиль образования. Затем следует со значительным отставанием молодежь, избравшая технические специальности. Молодежь остальных направлений профессиональной подготовки не испытывает выраженного

Таблица 4 / Table 4

**Реакция молодых пользователей интернета на призывы к протестным действиям (Как вы обычно реагируете на сообщения, призывающие к участию в акциях политического и/или гражданского протеста?) / The reaction of young Internet users to calls for protest actions (How do you usually react to messages calling for participation in political and/or civil protests?)**

Реакция молодых пользователей интернета	В целом	Пол		Возраст		
		мужской	женский	15–19 лет	20–24 лет	25–29 лет
Пропускают и не вчитываются в детали, %	33	31	34	36	30	32
Прочитывают, внимательно знакомятся с ситуацией, %	37	38	36	36	37	37
Узнают у организаторов, чем могут быть полезны, %	5	6	4	6	5	5
Ищут единомышленников в своем кругу, %	5	6	3	3	6	5
Обязательно принимают участие, %	2	2	2	4	2	1
Совершают другие протестные действия, %	1	1	1	0	1	1
Не сталкивались с такими сообщениями, %	18	16	20	16	18	19

Источник / Source: составлено авторами / compiled by the authors.

Таблица 5 / Table 5

**Ролевая дифференциация аудитории протеста по гендерным и возрастным группам / Role differentiation of protest audience by gender and age groups**

Роль	В целом	Пол		Возраст		
		мужской	женский	15–19 лет	20–24 лет	25–29 лет
Лидеры, %	5	6	4	6	5	5
Активисты, %	7	9	5	7	9	6
Вовлеченные, %	37	38	36	36	38	38
Зрители, %	51	47	54	51	49	52

Источник / Source: составлено авторами / compiled by the authors.

желания участвовать в протестных действиях. Примечательно, что среди категории вовлеченных «гуманитарии» составляют более половины протестной молодежи, а «технари» — наибольшую часть среди активистов протеста (табл. 6).

Трафик интернет-пользователей среди молодежи отражает активное применение цифровых коммуникаций. В целом протестно ориентированная молодежь более активна в сети. Сравнение использования трафика по социальным ролям протестных действий показывает, что вовлеченные зрители проводят наибольшее время

онлайн, тогда как лидеры используют цифровые коммуникации в более разумной мере (табл. 7).

Однако, поскольку граждане используют социальные сети для многих целей, само время, проведенное в социальных сетях, не обязательно приводит к участию в политической жизни. Социальные сети стали площадками не только для потребления контента, но и для производства контента, обмена, выражения, обсуждения и создания сетей. Поэтому использование людьми социальных сетей может варьироваться по многим параметрам. Размер сети и затраченное

Таблица 6 / Table 6

**Зависимость роли в протесте от направления профессиональной подготовки /  
Dependence of the role in the protest on the direction of professional training**

Образование	В целом молодежь	Лидеры	Активисты	Вовлеченные	Зрители
Гуманитарное, %	45	39	31	53	41
Техническое, %	29	26	36	25	31
Естественнонаучное, %	9	21	16	5	9
Медицинское, %	7	8	5	5	9
Военное, %	1	0	5	1	1
Другое, %	9	5	8	10	10

Источник / Source: составлено авторами / compiled by the authors.

Таблица 7 / Table 7

**Зависимость роли в протесте от ежедневного времени пользователя в онлайн / Dependence of the  
role in the protest on the user's daily time online**

Время	В целом молодежь	Лидеры	Активисты	Вовлеченные	Зрители
Менее 2-х часов, %	8	5	13	6	9
От 2-х до 4-х часов, %	24	23	16	23	25
От 4-х до 6 часов	25	35	31	24	25
От 6 до 8 часов	23	28	24	26	20
Более 8 часов	20	9	16	21	21

Источник / Source: составлено авторами / compiled by the authors.

время оказывают косвенное влияние на гражданское участие в целом и участие в протестных действиях в частности.

Подавляющее большинство (79%) молодежи получает новости не преднамеренно, натываясь на информацию в социальных сетях или на сайтах. Сопоставимая часть (64%) молодежи подписана на новостные ленты цифровых коммуникаций. Треть (35%) молодежи получает новости, испытывая интерес к информации популярных блогеров и экспертов. Лишь пятая часть молодежи (18%) систематически отслеживает информацию, анализируя повестку дня. Среди протестно ориентированной молодежи выявляются некоторые особенности потребления новостей в цифровой среде социальных коммуникаций. Наблюдатели протестных действий преимущественно узнают новости в ленте социальных сетей случайно. Вовлеченные в протест получают новости также в первую очередь по случаю в интернете и по подписке на информационные ресурсы. Лидеры, активисты и вовле-

ченные чаще других получают новости, посещая популярные блоги и каналы экспертов (табл. 8).

Исследование выявило наличие социальной структуры протеста в социальных медиа. В целом протестные настроения находятся в рамках гражданского активизма, однако в случае негативных изменений контекста и/или возникновения значимого социально-психологического повода они могут быстро радикализироваться, приобретая широкий масштаб действий в социальных медиа (онлайн) и на улицах городов (офлайн). Хотя ряд исследователей не находят оснований, чтобы квалифицировать социальные сети в качестве ключевого триггера общественного и политического активизма, так как для молодежи социальные сети действительно являются формой самоорганизации, самовыражения и обмена развлекательного контента; среди активных пользователей социальных сетей уровень симпатии к оппозиции и участникам акций протеста оказывается лишь несколько выше, чем среди молодежи в целом [15]. Иссле-



Зависимость роли в протесте от способа получения новостей онлайн / Dependence of the role in the protest on the way of receiving news online

Способ получения новостей онлайн	В целом молодежь	Лидеры	Активисты	Вовлеченные	Зрители
Получают информацию в своей новостной ленте, %	79	64	57	77	84
Подписаны на интересные новостные ресурсы, %	64	54	57	74	58
Смотрят популярные блоги, каналы экспертов, %	35	42	45	43	26
Анализируют политическую повестку дня, %	18	11	32	25	10
Другое, %	2	0	1	1	2

Источник / Source: составлено авторами / compiled by the authors.

дования политического участия среди молодежи показывают, что ее реакция на политический контекст и ее переход от пассивности к радикализму значительно различаются в зависимости от жизненных обстоятельств и восприятия социальной среды [16].

### ПРОТЕСТНЫЕ ТРЕНДЫ

Рассматриваемые протестные настроения наблюдаются во многих странах. Исследователи отмечают, что в современных обществах происходит изменение моделей политического участия молодого поколения, а не снижение гражданской активности. Происходит отход от традиционных форм политического участия (членства в партиях, участия в выборах и др.) [17]. Молодежь показывает возрастающую активность в нетрадиционных формах политического участия в акциях прямого действия, таких как бойкоты и акции протеста, демонстрации и онлайн-подписание петиций [18].

Исследователи также отмечают, что репертуар политического участия, состоящий в разнообразии творческих, выразительных, индивидуализированных и цифровых форм в демократических обществах быстро расширяется и охватывает такие различные виды деятельности, как голодание, демонстрация, волонтерство, бойкотирование, ведение блогов и флешмобы. Старые и новые формы гражданского участия систематически интегрированы в многомерную модель общественной активности, охватывающую (1) голосование, (2) участие в цифровой сети, (3) институционализированное участие, (4) протест,

(5) гражданское участие и (6) участие потребителей. Принимая во внимание, что творческие, экспрессивные и индивидуализированные способы, по-видимому, являются экспансиями протестных действий, формы с цифровой сетью четко устанавливают новый и отличный способ политического участия [19].

Исследователи выделяют различные факторы, провоцирующие протестные настроения молодежи, исходя из того, что ее политические установки формируются в процессе социализации. Для объяснения формирования молодежного активизма и радикализма в современных обществах обозначаются ведущие факторы, в числе которых социальные медиа, либеральное образование и система ценностей [20]. В массовых протестных акциях 2011–2012 гг. в России, в которых участвовала весомая часть молодежи, отдельные исследователи усматривают выражение настроений большинства участников сменить сложившейся социальный порядок. Однако реализовать протестный потенциал не позволил перформансный характер проектов, основанных на коммуникации в интернете и неумении граждан выработать консенсус в отношении иных проблем общества. При этом политические протесты активных российских граждан, в силу их индивидуализма и особенностей рациональности, мотивированы скорее частными, чем общественными интересами. Приверженность общественному благу и реализации общественных интересов, как и обеспечению справедливости социального порядка, для большинства протестующих носит декларативный характер

[21]. Другие исследователи рассматривают потенциал протестных действий в разрезе конфликта поколений, создающего политические и экономические риски для российской государственности. Разрешением нарастающего конфликта, который провоцируют объективные и субъективные факторы, видится оптимизация ситуации и налаживание межпоколенческого диалога [22].

Цифровые медиа добавили творческие и не-политические способы участия в социальной

и политической жизни, которые не только часто образуют основу политического участия, но и, как представляется, во множестве повседневных контекстов оказываются встроенными в то, что в конечном итоге превращается в политически значимые действия [23]. При этом гражданские формы участия в цифровой сети часто оказываются более эффективными, чем политические, что также может быть отнесено к характеру протестных действий в цифровой среде.

### СПИСОК ИСТОЧНИКОВ / REFERENCES

1. Putnam R. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon & Schuster; 2000. 357 p.
2. Пырма Р.В. Влияние цифровых коммуникаций на политическое участие. *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. 2019;4(40):63–69.  
Pyрма R.V. The influence of digital communications on political participation. *gumanitarnye nauki. Vestnik Finansovogo universiteta*. 2019;4(40):63–69. (In Russ.).
3. Skoric M., Zhu Q., Goh D., & Pang N. Social media and citizen engagement: A meta-analytic review. *New Media & Society*. 2016;18(9):1817–1839.
4. Boulianne S. Revolution in the making? Social media effects across the globe. *Information, Communication & Society*. 2019;22:1:39–54.
5. Boulianne S. Revolution in the making? Social media effects across the globe *Inf. Commun. Soc.* 2017:1–16. URL: 10.1080/1369118x.2017.1353641.
6. Jost T.J., Barbera P., Bonneau R., Langer M., Metzger M., Nagler J., Sterling J., Tucker A.J. How Social Media Facilitates Political Protest: Information, Motivation, and Social Networks. *Advances in Political Psychology*. 2018;39.1:85–118.
7. Steinert-Threlkeld Z.C., Mocanu D., Vespignani A., Fowler J. Online social networks and offline protest. *EPJ Data Science*. 2015;(4):1–9.
8. Ваньке А., Ксенофонтова И., Тартаковская И. Интернет-коммуникации как средство и условие политической мобилизации в России. *INTER*. 2014;(7):44–74.  
Vanke A., Ksenofontova I., Tartakovskaya I. Internet communication as a means and a condition of political mobilisation in Russia: The case of the “For Fair Elections”. *INTER*. 2014;7:44–74. (In Russ.).
9. Ушкин С.Г. Теоретико-методологические подходы к изучению сетевой протестной активности: от «умной толпы» к «slackтивизму». *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*. 2015;(3):3–12.  
Ushkin S.G. Methodological approaches towards studying network protest activity: from smart mobs towards slacktivism. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny*. 2015;3:3–12. (In Russ.).
10. Бараш Р.Э. Системно-коммуникативная теория протеста: протест как «альтернатива без альтернативы». *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*. 2018;(3):123–138.  
Barash R., ed. Systematic and communicative theory of the protest movement: protest as “an alternative without an alternative”. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny*. 2018;3:123–138. (In Russ.).
11. Азаров А.А., Бродовская Е.В., Дмитриева О.В., Домбровская А.Ю., Фильченков А.А. Стратегии формирования установок протестного поведения в сети интернет: опыт применения киберметрического анализа (на примере Евромайдана, ноябрь 2013 г.). Ч. I. *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*. 2014;(2):63–78.  
Azarov A.A., Brodovskaya E.V., Dmitrieva O.V., Dombrovskaya A. Yu., Filchenkov A.A. Strategies forming protest behaviour on the internet: cybermetric analysis (based on Euromaidan case study, November 2013). Part I. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny*. 2014;2:63–78. (In Russ.).

12. Бродовская Е. В., Домбровская А. Ю., Азаров А. А., Фильченков А. А., Абрамов М. В., Карзубов Д. Н. Интернет-технологии мобилизации политического протеста (на примере Евромайдана). *Среднерусский вестник общественных наук*. 2016;(4):54–69.  
Brodovskaya E. V., Dombrovskaya A. Yu., Azarov A. A., Filchenkov A. A., Abramov M. V., internet technologies in the mobilization of political protest (on the example of Euromaidan). *Srednerusskij vestnik obshchestvennyh nauk*. 2016;(4):54–69. (In Russ.).
13. Francis L. F. Lee, Hsuan-Ting Chen, Michael Chan, Social media use and university students' participation in a large-scale protest campaign: The case of Hong Kong's Umbrella Movement. *Telematics and Informatics*. 2017;34(2):457–469.
14. Sandra González-Bailón, Ning Wang, Networked discontent: The anatomy of protest campaigns in social media. *Social Networks*. 2016;(44):95–104.
15. Петухов В. В., Бараш Р. Э., Седова Н. Н., Петухов Р. В. Гражданский активизм в России: мотивация, ценности и формы участия. *Власть*. 2014;9:11–19.  
Petuhov V. V., Barash R. J., Sedova N. N., Petuhov R. V. Civic activism in Russia: motivation, values and forms of participation. *Vlast'*. 2014;9:11–19. (In Russ.).
16. Cross R., Snow D. Radicalism within the context of social movements: Processes and types. *Journal of Strategic Security*. 2011;4:115–130.
17. Sloam J. Diversity and voice: The political participation of young people in the European Union. *The British Journal of Politics and International Relations*. 2016;18(3):521–537.
18. Melo D., Stockemer D. Age and political participation in Germany, France and the UK: A comparative analysis. *Comp Eur Polit*. 2014;(12):33–53.
19. Theocharis Y., Van Deth J. The continuous expansion of citizen participation: A new taxonomy. *European Political Science Review*. 2018;10(1):139–163.
20. Mathew Y. H. Wong, Paul V. Kh., Wing H. Ch. Understanding youth activism and radicalism: Chinese values and socialization. *The Social Science Journal*. 2019;56(2):255–267.
21. Римский В. Л. Гражданское и политическое в социальных сетях Рунета. *Политическая наука*. 2013;(1):192–209.  
Rimsky V. L. Civic and political in social networks of Runet. *Politicheskaya nauka*. 2013;(1):192–209. (In Russ.).
22. Шатилов А. Б. Поколенческие разрывы как фактор роста конфликтности в современном российском обществе. *Власть*. 2019;(4):26–32.  
Shatilov A. B. Generational gaps as a factor of increasing conflicts in modern Russian society. *Vlast'*. 2019;(4):26–32. (In Russ.).
23. Theocharis, Y. The Conceptualization of Digitally Networked Participation. *Social Media + Society*. 2015. URL: <https://doi.org/10.1177/2056305115610140>.

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

**Роман Васильевич Пырма** — кандидат политических наук, доцент Департамента политологии и массовых коммуникаций, Финансовый университет, Москва, Россия  
rurma@mail.ru

#### ABOUT THE AUTHOR

**Roman V. Pyрма** — Candidate of Political Sciences, Associate Professor, Department of Political Sciences and Mass Communications, Financial University, Moscow, Russia  
rurma@mail.ru

*Статья поступила 05.11.2019; принята к публикации 25.11.2019.*

*Автор прочитал и одобрил окончательный вариант рукописи.*

*The article received on 05.11.2019; accepted for publication on 25.11.2019.*

*The author read and approved the final version of the manuscript.*