

## Russian 2011-12 Elections and Digital Media

---

МИТИНГИ «ЗА ЧЕСТНЫЕ ВЫБОРЫ»:  
ПРОТЕСТНАЯ АКТИВНОСТЬ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ  
*Егор Панченко*

---

С развитием Интернета и, в частности, социальных сетей, за последние десять лет мир увидел примеры использования Интернета протестующими гражданами против политических режимов разных стран: «Оранжевая революция 2004» в Украине, «Twitter-революция 2008» в Молдавии, «Арабская весна 2011» на Ближнем Востоке и Северной Африке и другие. Ряд этих событий дополнили и российские протесты против фальсификации Выборов в Государственную Думу РФ 4 декабря 2011 и Президента РФ 4 марта 2012.

Отличительной особенностью этих процессов стало использование Интернета гражданами для политической мобилизации и организации виртуальных и реальных протестных сообществ. Так, митинги против фальсификации выборов в России были организованы с использованием социальных сетей. Новым фактом в российских протестах стала роль социальных сетей «Facebook» и «ВКонтакте» как новой площадки для политической мобилизации граждан и формирования публичной сферы. В «Живом Журнале» и «Twitter» эти процессы происходили в значительно меньших масштабах.

В отличие от «Twitter», «Facebook» и «ВКонтакте» – сети, в которых возможен содержательный политический дискурс, формирующийся благодаря возможности комментирования и размещения материалов (фото/видео/ссылки), как и в «Живом Журнале». «Twitter» из-за технологических ограничений – в первую очередь, краткости сообщений – стал площадкой распространения анонсов новостей, breaking news, ссылок на оригинальный контент и информирования о событиях в режиме «онлайн».

Блогосфера так и не стала массовой площадкой для рядовых пользователей, которые предпочитают социальные сети – об этом говорит, например, количество российских пользователей «ВКонтакте», в десятки раз превышающее аудиторию «Живого Журнала» и «Twitter». «Facebook» также показывает значительный рост аудитории в русско-язычном сегменте и уже превзошел «Живой Журнал» как по количеству пользователей, так и по посещаемости. Другим важным отличием блогосферы от

социальных сетей является большая анонимность ее пользователей. Аккаунты в «ВКонтакте» и «Facebook» чаще соответствуют реальным прототипам, поскольку пользователи в основном заводят их для межличностной коммуникации со своими «реальными» знакомыми. В таких сетях крепче связи и выше уровень вовлечения в процессы, протекающие в «офлайне». Кроме того, эти социальные сети функционально более удобны для общения пользователей и объединения в сообщества. В частности, к некоторым преимуществам «Facebook» можно отнести:

- возможность быстрой регистрации аккаунтов различного типа (персональная страница пользователя, сообщество, организация и другие);
- простота создания существующими пользователями «Групп» («Groups») и «Мероприятий» («Events»), а также легкость присоединения других пользователей к ним через сервисы «Присоединиться к группе» («Join Group») и «Пойду» («Going»);
- возможность проведения опросов на личной странице пользователя и в сообществах («Вопрос»/«Question»);
- богатый функционал для общения пользователей («Чат»/«Chat», «Групповой чат»/«Group chat», «Голосовые звонки» и «Видео-звонки»/«Voice Calling» и «Video Calling»).

Таким образом, «ВКонтакте» и «Facebook» являются главными коммуникационными площадками для «обычных пользователей» Рунета.

Для оценки масштабов участия граждан в протестных процессах в «онлайне» автором был предпринята попытка поиска в этих социальных сетях наиболее массовых сообществ и акций протеста против фальсификации выборов, произошедших в Москве. Результаты этого исследования представлены в таблице (данные по численности сообществ и акций приведены на конец февраля – начало марта 2012; для акций указаны количество пользователей, нажавших кнопку «Пойду», без учета нажавших «Возможно»).

Как видно из таблицы 1 (в приложении), «Facebook» стал одной из главных сетевых площадок мобилизации людей на митинги. Именно в этой сети возникли основные протестные сообщества – «Мы были на Болотной площади и придем еще», «Миллионы Граждан за Честные Выборы», «Белые улицы. Всероссийская акция» и «Лига Избирателей». При этом сообщество «Мы были на Болотной площади и придем еще» – организатор всех основных московских митингов в «Facebook» – так и не завело представительство в «ВКонтакте», также как и «Миллионы Граждан за Честные Выборы». Сообщества «Белые улицы. Всероссийская акция» и «Лига Избирателей» сначала появились в «Facebook», и только затем были созданы их страницы в других социальных сетях. Кроме того, в сети «ВКонтакте» для некоторых протестных акций не создавались собственные страницы, а использовались уже существующие сообщества, не связанные непосредственно с митингами.

Несмотря на аудиторию «Facebook» в десятки раз меньшую, чем аудиторию «ВКонтакте», количество участников акций протестов «онлайн» в этой сети больше (около 164 тыс. пользователей против 107,8 тыс.). Аудитория протестных сообществ в «Facebook» также превышает аналогичный показатель «ВКонтакте» (44,8 тыс. Против 20 тыс. соответственно). Таким образом, пользователи «Facebook» в значительно большей степени вовлечены в протестные события «онлайн» и «офлайн». При общем

количестве 5,3 млн. пользователей в российском сегменте «Facebook» около трех-процентов из них оказались вовлечены в протестные сообщества. Вовлеченность пользователей сети «ВКонтакте», обладающей более чем 100-миллионной аудиторией, составила сотые доли процента.

Итак, сообщества в «Facebook», ставшие ядром протестной активности в социальных сетях, могут рассматриваться как примеры цифровой публичной сферы, в которой представители гражданского общества (Рунета) могут указать на свою поддержку протестов (через механизмы «Like» [нравится] и «Join» [присоединиться]) и высказать свое мнение по этому поводу, написав «Комментарий», добавить фото, видео или ссылку на какой-либо ресурс, и «Поделиться» информацией с друзьями.

Однако, каково влияние этих сообществ на протестные события в «офлайне»?

С одной стороны, существует ряд исследователей, скептически относящихся к возможности значительного влияния информационно-коммуникативных технологий на политические процессы (например, Morozov 2011). В частности, как показало исследование 2008 года «The Web That Failed», проведенное Рейтеровским Институтом Журналистики (Fossato et al. 2008), в российском контексте развитие новых средств коммуникации никак не влияет на сложившиеся механизмы власти. Одновременно с этим Рунет служит платформой, которую государство все более успешно использует для консолидации своей власти.

С другой стороны, исследование Dubai School of Government («Civil Movements: The Impact of Facebook and Twitter» 2011) выявило значительное влияние «Facebook» и «Twitter» на развитие «Арабских протестов 2011». В связи с российскими протестами против фальсификации выборов в публичной сфере Рунета также преобладает мнение, что российские митинги стали возможны именно благодаря мобилизации через социальные сети.

Так ли это? Каковы масштаб вовлечения и уровень активности граждан в «онлайне»? Как взаимодействуют виртуальные протестные сообщества с реальной политической оппозицией? Что происходит на страницах протестных сообществ и митингов в социальных сетях? Наконец, каково влияние социальных сетей на реальные протестные процессы в России против фальсификации выборов?

Ответам на эти вопросы будет посвящена статья автора в следующем номере журнала.

## **Литература**

- «Civil Movements: The Impact of Facebook and Twitter» (2011). *Arab Social Media Report*, 2.
- Fossato, Floriana, John Lloyd and Alexander Verkhovsky; eds. (2008). *The Web that Failed. How Opposition Politics and Independent Initiatives are Failing on the Internet in Russia*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Morozov, Evgeny (2011). *The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom*. New York: Public Affairs.

ЕГОР ПАНЧЕНКО – аспирант кафедры Истории и теории культуры Российского Государственного Гуманитарного Университета, изучающий Интернет-СМИ и социальные сети Рунета и их роль в российской политике. В 2011/12 году прошел программу профессиональной подготовки на факультете журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова по специальности «Интернет-журналистика». В настоящее время – участник исследовательского проекта «Социальные и культурные аспекты массовой коммуникации, работы СМИ и журналистской деятельности в современной России» (федеральная целевая программа "Научные и научно-педагогические кадры инновационной России" 2009 - 2013 гг.), в рамках которого изучает протестные онлайн-сообщества, возникшие в социальных сетях Рунета в связи фальсификацией парламентских (декабрь 2011) и президентских (март 2012) Выборов в РФ. [egor.panchenko@mail.ru]

**Таблица 1.** Протестные сообщества и акции в социальных сетях «Facebook» и «ВКонтакте».

Сообщество	Аудитория «офлайн» неофициальная	Аудитория «офлайн» официальная	Facebook	Аудитория	ВКонтакте	Аудитория
<b>Сообщества</b>						
Мы были на Болотной площади и придем еще			facebook.com/moscow.comes.back	22001		
Белая Лента			facebook.com/groups/Belalenta/	2104	vk.com/belayalntagroup	8308
Лига Избирателей			facebook.com/ligaizbirateley	7993	vk.com/ligaizbirateley	9659
Наблюдатели			facebook.com/nabludatel.org	1382	vk.com/nabludatel_org	2077
Миллионы Граждан за Честные Выборы			facebook.com/za.chestnie.vibory	11327		
<b>Итого участников сообществ</b>				<b>44807</b>		<b>20044</b>
<b>Акции</b>						
Митинг 5 декабря	10000	5000	facebook.com/events/145460675559251	2704		
Митинг 10 декабря (Суббота на Болотной площади)	60000	25000	facebook.com/events/198328520252594/	40028	vk.com/event32872901	19825
Митинг 24 декабря (Проспект Сахарова)	56000	29000	facebook.com/events/231653370237319/	54690	vkontakte.ru/event33050723	11039
БЕЛЫЙ КРУГ — Автопробег за честные выборы 29 января	3000	1000	facebook.com/events/283278425061446/	2271	vk.com/belye_ulitsy	945
Митинг 4 февраля (Б.Якиманка и Болотная площадь)	62000	36000	facebook.com/events/212286018856867/	28918	vk.com/not_revolution	66628
МОСКВА СЖИМАЕТ БЕЛОЕ КОЛЬЦО 19 февраля	3000	300	facebook.com/events/304472832935570/	3517		
БОЛЬШОЙ БЕЛЫЙ КРУГ. 26 февраля	30000	11000	facebook.com/events/372882442739409/	14412		
Честная масленица. Широкая масленица. 26.02.2012			facebook.com/events/186128108153757/	2322	vk.com/chestnaya_maslenitsa	8543

Митинг 5 марта. За честные выборы!	20000	14000	facebook.com/events/382708068424764/	7019		
Митинг 10 марта. Новый Арбат	25000	10000	facebook.com/events/388283827867165	6500		
Стихийный пикет против наглой лжи телеканала "НТВ"			facebook.com/events/174300559355559/	1711	vk.com/ntvfake	903
<b>Итого участников акций</b>	<b>269000</b>	<b>131300</b>		<b>164092</b>		<b>107883</b>
<b>Вовлеченность</b>						
Население Москвы <sup>1</sup>	11629116	11629116		11629116		11629116
Количество пользователей соц сетей <sup>2</sup>				5295220		164505375
<b>Вовлеченность населения Москвы, %</b>	<b>2,31</b>	<b>1,13</b>		<b>1,41</b>		<b>0,93</b>
<b>Вовлеченность аудитории соц сетей, %</b>				<b>3,10</b>		<b>0,07</b>

Источник: Егор Панченко.

<sup>1</sup> Население Москвы указано по оценке Росстат на 1 января 2012 года <[http://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/population/demo/Popul2011-2012.xls](http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/demo/Popul2011-2012.xls)>.

<sup>2</sup> Количество пользователей «Facebook» указано по данным портала Socialbakers.com на конец февраля 2012 <<http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/russia>>. Количество пользователей «ВКонтакте» указано по данным Каталога пользователей «ВКонтакте» на конец февраля 2012 <<http://vk.com/catalog.php>>.