

УДК 323.2

DOI: 10.17223/1998863X/52/21

А.В. Соколов, А.А. Курбанова

МАССОВЫЕ ДВИЖЕНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ (НА ПРИМЕРЕ ДВИЖЕНИЯ В ПОДДЕРЖКУ А. НАВАЛЬНОГО)¹

Статья посвящена анализу организации и проведения массовых движений в современной России. Делается обзор ряда массовых движений в России: «марша на Москву» профсоюза работников РАН, митинга медицинских работников в Москве, протестного движения дальнбойщиков против системы «Платон». Проводится анализ массового движения, организованного А. Навальным в 2017 г., авторами выделяются цели и ресурсы организации данного движения. Для анализа масштабов действий А. Навального по организации массовых действий авторами проведен анализ офлайн коллективных действий политика в 2017 г. в Центральном федеральном округе России. Определяется хронология, делается количественный анализ проведенных массовых мероприятий. Определяется статус проведенных мероприятий. Авторами проводится анализ освещения деятельности А. Навального в социальных сетях.

Ключевые слова: массовые движения, коллективные действия, коммуникация, Интернет, протест, социальные сети.

Одна из причин возникновения массовых движений – неудовлетворительная социальная ситуация, когда социально-политические обстоятельства воспринимаются гражданами как невыносимые. У всех массовых движений существуют разные цели и способы их достижения. Если массовые движения характеризуются как общественные движения, то чаще всего цели этих движений являются политическими (проблемы социально-политических конфликтов, вопросы властных полномочий). Именно от количества граждан, поддерживающих идеи и взгляды тех или иных движений, зависит степень их влияния.

Г. Блумер подчеркивал особое значение массовых общественных движений, определял их как «коллективные инициативы для формирования нового социального порядка». Социальные движения он рассматривал как «коллективные предприятия нацеленные на установление нового строя жизни» [1. С. 195]. В основе мотивации социального движения, заставляющей человека совершать определенные действия, – неудовлетворительно сложившаяся форма жизни, а также желание перейти в новое устройство существования.

М. Олсен в своем труде «Логика коллективного действия. Общественные блага и теория групп» утверждает, что в коллективных действиях наиболее эффективными в реализации своих позиций являются малые группы. Большие группы менее способны действовать в общих интересах, причем заинтересованность действовать в групповых интересах снижается с ростом количества участников. Социолог определяет факторы, при которых эффективность больших групп снижается: спад влияния индивида на приня-

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научно-исследовательского проекта № 17-33-01022 (а2) «Моделирование и индексирование протестной активности в субъектах Российской Федерации».

тие решений, соответственно, процесс коммуникации между участниками становится сложнее [2].

П. Штомпка рассматривает социальные движения как «свободно организованные коллективы, действующие совместно в неоинституционализованной форме для того, чтобы произвести изменения в обществе» [3]. Данные социально-политические процессы обусловлены общественными целями, интересами взаимодействующих индивидов. Общественные движения включают такие составляющие, как взаимодействие различных социальных групп, коллективные действия, протестное поведение.

Определенное желание человека изменить существующий порядок носит протестный характер. Общественные движения представляют собой конкретные действия граждан, стремящихся к реализации определенных целей. Н. Смелзер – сторонник систематических исследований массовых движений – в своей работе «Теория коллективного поведения» рассматривал движения как сеть, в которой взаимодействуют индивиды, группы. Однако он отмечал: из-за нестабильности социально-политических структур происходят массовые протестные движения. В основу теории коллективного действия Н. Смелзера положена классификация шести факторов, присутствие каждого из которых с высокой степенью интенсивности обеспечивает достаточную причину для социально-политического протеста (см.: [4. С. 25]).

М.И. Козин понимает под общественным движением массовую самодеятельную организацию, являющуюся одной из форм общественных объединений, «созданную для оказания давления на органы власти и выражения политических требований заинтересованных групп населения» [5. С. 75]. Движения представляют собой объединения граждан, которые стремятся реализовывать определенные цели, связанные с выражением коллективного недовольства или, напротив, поддержки возникшим социальным изменениям в обществе. Граждане, объединяясь, пытаются решать свои проблемы и тем самым выражают отношение к окружающему миру.

Рассматривая социальные движения, О.И. Якушина отмечала, что они являются «практиками, упорядоченными в пространстве и времени», которые организуются акторами и регулярно [6]. При взаимодействии каждый индивид использует определенные ресурсы и руководствуется нормами и правилами.

Развитие информационных технологий (Интернета, социальных сетей) способствовало конструированию новых взаимодействий и сетей между участниками движения. Безусловно, все участники движений являются совершенно свободными в своих действиях, но эти действия имеют силу только в рамках коллектива. Каждый индивид обладает правом присоединиться к движению, ориентируясь на его основные цели, один человек не имеет значительного влияния. Интернет-платформы и СМИ являются ключевым механизмом воздействия на сознание населения. Благодаря широкому информационному обеспечению человек может получить доступ к различной информации. Наличие большого количества информации способствует формированию общих интересов и организации участников, которые могут повлиять на коллективные действия в рамках массовых движений. При этом результативность деятельности акторов зависит от уровня организации и мобилизации масс [7].

Причиной возникновения массовых выступлений, в первую очередь протестных, является накопленное у населения недовольство социальной несправедливостью, властью, тяжелое социально-экономическое положение граждан, а также стремление бороться за свои права [8]. Для активной мобилизации населения следует выделить следующие показатели: уровень организации; степень информационного обеспечения (коммуникативные сети); общность интересов и единство; наличие лидера. Стоит отметить, что для управления массами необходим харизматический лидер, который обращает внимание масс на ценности и убеждения путем внедрения в общественное сознание образов с помощью пропаганды и манипуляции [9].

В коллективном действии общность людей нацелена на изменение существующей социальной ситуации [2]. Коллективные действия граждан могут носить как радикальный, так нормативный характер. Коллективная деятельность представляет определенное действие, которое совершается двумя или более субъектами ради достижения конкретного общественного блага.

Массовые движения сталкиваются с рядом проблем, таких как неустойчивый характер, разнородный состав движений, слабые социальные связи внутри организационной структуры. Одной из значимых проблем, влияющих на развитие движений в России, является относительно низкий уровень гражданской активности, что отражено в социологических исследованиях [10]. Несмотря на развитие информационно-коммуникационных технологий, низкая гражданская активность свидетельствует об отсутствии желания населения участвовать в политической жизни страны, что говорит о низкой мотивации воздействовать на политику для реализации собственных интересов.

Обобщая анализ массовых движений, можно отметить, что общими признаками, характеризующими коллективные действия, являются: единая цель всех участников, общие интересы, наличие стимулов, общая совместная деятельность. Отношение к социальным проблемам, экономические требования, желание поддержать или отвергнуть власть являются основными поводами для консолидации граждан в разные виды объединений.

Массовые акции, в том числе протестные, представляют инструмент, который позволяет гражданам расширить свои социально-политические возможности, способствует установлению межличностных связей между различными социальными группами, укрепляет существующие и формирует новые идентичности [11]. Можно выделить ряд наиболее крупных массовых движений, которые привлекли внимание общественности.

В 2002 и 2004 гг. профсоюз работников РАН организовал «марши на Москву». Как правило, марши протеста сопровождались митингами. Основными причинами акций послужили сокращение заработной платы и льгот у сотрудников РАН и уменьшение числа научных учреждений. Акции способствовали привлечению внимания со стороны общественности, что подчеркивало актуальность проблемы.

Санкционированный митинг «За честные выборы» на Болотной площади в декабре 2011 г. являлся самым массовым за последние годы. Поводом для митинга послужили результаты выборов в Государственную Думу, недовольство властями и текущей ситуацией в стране. Стоит отметить, что участие в подобной форме социально-политического активизма способствовало выра-

жению и отстаиванию своих интересов и прав, а также формированию уверенности в возможности общества воздействовать на власть.

В ноябре 2014 г. на Суворовской площади в Москве прошел митинг медицинских работников. Предложенная Минздравом России реформа послужила поводом для акции, так как сокращение медучреждений приведет к снижению количества рабочих мест. В ходе опроса «Левада-Центра» было выявлено, что, по мнению 63% граждан, реформа не позволит повысить качество и эффективность системы здравоохранения [12]. В итоге была подписана резолюция, призывающая к пересмотру реформы, предполагающая общественные обсуждения направлений развития здравоохранения.

В 2015 г. была организована волна протестных акций против системы взимания платы «Платон». Инициативные группы согласовывали митинги и пикеты. Общество поддерживало протесты дальнобольщиков. В ходе исследования «Левада-Центра» было выявлено, что 63% граждан поддерживают протестующих [13]. В ноябре 2015 г. транспортный сбор «Платон» был введен, но, учитывая прошедшие акции протеста, Министерство транспорта Российской Федерации приняло решение не изменять тариф и оставить его на том же уровне до 2016 г. Однако в 2017 г. в результате повышения тарифов начался новый этап протестных акций в регионах страны. Было сформировано несколько петиций против системы «Объединением перевозчиков России». Также на официальном сайте «Российской общественной инициативы» была создана инициатива по отмене системы «Платон».

С целью детального анализа специфики организации массовых движений в современной России был проведен анализ движения в поддержку А. Навального в 2017 г. Выбор данного движения был связан с его массовостью, публичностью деятельности, широким освещением в СМИ, политической значимостью, а также использованием разнообразного инструментария для мобилизации масс.

Исследование базировалось на трех основных методах.

1. Метод case-study. Он представляет собой метод качественного исследования, направленный на всестороннее изучение деятельности акторов, вовлеченных в массовое движение, которое рассматривается в конкретных условиях и на определенном промежутке времени. Данный метод позволяет выявить проблему, лежащую в основе коллективных действий, существующие взаимосвязи между ключевыми акторами, определить их цели, стратегии и тактики действий, используемые ресурсы.

2. Ивент-анализ. Данный метод дает возможность анализировать динамику политических процессов и их интенсивности для выделения основных тенденций развития событий. Методика позволяет формализовывать, получать количественные характеристики изучаемых массовых движений. В рамках исследования был проведен анализ массового движения в поддержку А. Навального в 2017 г. в Центральном федеральном округе России (количество акций, география акций, статус мероприятий, численность участников).

3. Сетевой анализ. Метод направлен на выявление специфики и характера коммуникации. В данном исследовании был проведен анализ страниц в социальных сетях Фонда борьбы с коррупцией за период с сентября 2017 г. по февраль 2018 г. Методом количественной обработки данных выступил критерий корреляции r Брауэ–Пирсона.

Разнообразный инструментарий исследования позволил обеспечить комплексный анализ массового движения в поддержку А. Навального, выявить его содержание и специфику.

Началом анализируемой ситуации можно считать декабрь 2016 г., когда А. Навальный объявил о решении баллотироваться на пост президента в 2018 г. и на своем официальном предвыборном сайте начал сбор электронных подписей в свою поддержку, несмотря на решение суда. Согласно официальным данным на 13 ноября 2017 г. поддержку А. Навального было собрано более 648 415 подписей и создано 80 штабов по всей стране.

В начале марта 2017 г. на официальном сайте Фонда борьбы с коррупцией на видео-портале Ютуб был опубликован фильм «Он вам не Димон», который посвящен «расследованию» деятельности премьер-министра Д. Медведева. Ролик получил широкую популярность – за месяц он получил более 22 млн просмотров пользователей. В дальнейшем произошел подъем протестной активности в регионах в форме антикоррупционных митингов. Согласно данным Фонда общественного мнения, причиной протестных акций послужили недовольство властями, снижение уровня жизни граждан и протест против коррупции [14].

Значительное количество просмотров указанного видеоролика стало одним из лучших результатов в современном Рунете и доказывает эффективность интернет-инструментов в распространении политической информации. Роль Интернета в этих событиях является если не ключевой, то одной из самых значимых. В первую очередь это связано с тем, что вся подготовка к последующей офлайн кампании 2017 г. (митинги, сбор подписей, согласование мест, времени, формы проведения) проходила в Интернете. Основным инструментом на этом этапе стали социальные сети. Именно они дали организаторам антикоррупционных выступлений возможность создать масштабную волну, которая затронула каждую область, многие крупные города.

Следует отметить, что А. Навальный начал общественно-политическую карьеру в начале 2000-х гг. Он являлся одним из основателей молодежного общественного движения «Демократическая альтернатива», а также активистом партии «Яблоко» (с 2000 до 2007 г.). В 2010 г. он запустил первый проект «РосПил» посвященный проверке госзакупок, который способствовал привлечению внимания со стороны населения как к процессам государственных закупок, борьбе с коррупцией, так и к персоне самого политика. В 2013 г. он принял участие в выборах мэра Москвы, где занял второе место, набрав 27%. А. Навальный также является председателем Партии Прогресса и учредителем Фонда борьбы с коррупцией. В 2017 г. он начал активную общественную кампанию, позиционируя ее как предвыборную кандидата на пост президента страны.

Можно выделить ряд целей, которые преследовал А. Навальный в 2017 г.:

- 1) привлечение внимания масс за счет «разоблачения» крупных российских политиков и сырьевых компаний;
- 2) проведение «антикоррупционной» деятельности, в том числе для получения политических очков;
- 3) противодействие проводимой политике в стране посредством организации массовых протестных акций в регионах;

4) увеличение сторонников в социальных сетях посредством применения современных интернет-технологий и инструментов.

Для мобилизации масс им использовались разные виды ресурсов (зачастую они являются пересекающимися).

1. Информационный ресурс.

Интернет-платформы являются наиболее удобным способом донесения информации и мобилизации масс. Представители оппозиции активно используют социальные страницы и создают видеоблоги на различных интернет-платформах (Ютуб, Твиттер, Фейсбук, Инстаграм, ВКонтакте, Телеграм).

В ходе «предвыборной» кампании, которую Навальный начал в 2017 г., активно использовались интернет-каналы: «Штаб Навального» и «Навальный Live», в который входят программы «Кактус» (выпущено 267 видеороликов) и «Навальный в 20:18» (выпущено 50 видеороликов). Эти платформы имеют значительный охват пользователей. В частности, «Навальный Live» имеет 503 996 подписчиков и, согласно официальной статистике Ютуб-канала, доля просмотров составляет 77 335 821 человек [15].

В предвыборные штабы в регионах активно привлекали волонтеров (на октябрь 2017 г. насчитывалось 174 234 добровольцев [16]). Для волонтеров был создан интернет-канал «Штаб Навального», в котором количество подписчиков составляло более 63 тыс. человек, а количество просмотров канала составляло почти 17 млн [17]. Был инициирован сбор средств посредством технологии краудфандинга на реализацию проектов и массовых акций.

2. Ресурс массовой поддержки со стороны населения.

Навальный обладает популярностью в интернет-пространстве. Он узнаваем жителями крупных городов, молодежью. Как уже было указано, на осень 2017 г. его штабами в регионах было привлечено более 174 тыс. добровольцев, большей частью которых была молодежь.

3. Организационный ресурс.

Поддержка Партии Прогресса и общественной организации «Фонд борьбы с коррупцией» (объединяет проекты РосПил, РосЯма, РосВыборы, РосЖКХ).

4. Личностный ресурс.

Рассматривая образ А. Навального следует отметить, что на протяжении долгой профессиональной деятельности в разных сферах им сформирован достаточно четкий имидж. Он обладает харизмой, психологическим запасом прочности, опытом работы в политике более 17 лет, умением увлечь массы за собой.

5. Финансовый ресурс.

Состоятельные предприниматели не заявляли публично о своей поддержке кампании А. Навального. Поэтому основным публичным источником средств для нее стали средства, собранные в ходе краудфандинговых кампаний. Это позволяло не только аккумулировать ресурсы, но и выстраивать специфическую коммуникацию со сторонниками, вовлекать их в активные действия в поддержку той позиции, которую они уже поддержали пожертвованием.

Можно выделить целый ряд использованных в ходе организации массового движения действий:

– проведение избирательной кампании;

- организация встреч со сторонниками в регионах;
- выступление в видеоблогах, радиозэфирах, ведение социальных сетей;
- проведение несанкционированных массовых акций протеста.

Осенью 2017 г. А. Навальным был предложен конкурс по созданию личного YouTube-канала, тематика которого должна быть посвящена региональным проблемам. Участие в конкурсе приняли 518 сторонников из 53 регионов. Основным условием участия в конкурсе было размещение видеороликов и их публикация не менее двух раз в неделю. В результате жюри определило 10 победителей, которые получили один миллион рублей. Победителем конкурса стал канал «МеждуМедиа Политика» из Саратова, на который было подписано 71 396 человек.

Стоит подчеркнуть, что главной целью проведения данного конкурса было создание и ведение участниками каналов в интернет-пространстве, которые способствовали привлечению граждан и их идентификации. При этом попытка создания каналов в регионах является наиболее эффективным способом донесения информации и мобилизации масс.

Для анализа масштабов действий А. Навального по организации массовых действий авторами был проведен анализ офлайн коллективных действий политика в 2017 г. в Центральном федеральном округе России (18 субъектов Российской Федерации, 650 205 км², или 3,8% территории страны, 9,3 млн человек, или 26,77% населения страны). Для проведения исследования использовались информационные сайты СМИ и штабов А. Навального в регионах ЦФО.

В анализе использовалось 265 информационных источников Центрального федерального округа:

- 1) федеральные новости в СМИ, освещающие проводимые мероприятия;
- 2) информационные порталы в регионах;
- 3) официальный сайт предвыборной кампании Навального и социальные страницы штабов (ВКонтакте, Фейсбук, Живой Журнал) в 17 регионах.

Содержание мероприятий А. Навального в 2017 г. направлено на распространение результатов «антикоррупционных» расследований и на предвыборную кампанию, при этом использовались разные формы мобилизации масс. Акции в предвыборной кампании основывались в основном на санкционированных формах. Несанкционированные мероприятия, посвященные антикоррупционным расследованиям, организовывались в форме митингов и получили широкое освещение в СМИ.

В течение 2017 г. наиболее значимыми массовыми акциями являлись антикоррупционные митинги, проходившие 26 марта и 12 июня, посвященные расследованию Фонда борьбы с коррупцией, а также 7 октября – «антипутинские» протесты. Ключевой и наиболее массовой стала всероссийская акция 26 марта 2017 г. – сразу после демонстрации ролика «Он Вам не Димон». Как показывают результаты исследования, большинство протестных акций в марте не были согласованы с властями и получили широкое освещение в СМИ (табл. 1).

Наибольшая часть несанкционированных мероприятий офлайн кампании 2017 г. приходилась на март (47% акций), октябрь (26%) и июнь (11%). Рост количества санкционированных мероприятий отмечен с сентября по декабрь: от 15 до 16%. В данный промежуток времени активно использовались пикеты

и кубы, которые организовывались в поддержку А. Навального в ходе проводимой избирательной кампании в регионах.

Таблица 1. Общая характеристика акций в ЦФО в 2017 г.

Виды акций	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь	Всего
Митинги	0	0	33	1	0	10	0	0	0	12	7	0	63
Пикеты	0	0	1	0	0	2	2	1	0	19	6	7	38
Демонстрации	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	2
Кубы	0	0	0	0	4	11	14	12	14	3	6	0	64
УМ	0	0	0	0	0	1	10	6	25	12	15	19	88
Собрания ин. групп	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	10
Санкционированные	0	0	13	1	4	19	23	19	36	35	33	35	218
Не санкционированные	0	0	22	0	0	5	3	0	3	12	1	1	47
ВСЕГО	0	0	35	1	4	24	26	19	39	47	34	36	265
Средняя численность участников митингов	0	0	12 910	150	4 350	1 680	350	400	250	125	330		

В период антикоррупционной кампании (весна – начало лета) организуются в первую очередь митинги. В марте 2017 г. проведено наибольшее количество митингов (52%). Организация и проведение митингов осуществлялись в июне, октябре и ноябре – 11–19% (табл. 2). В предвыборный (осенний) период А. Навальный организует в свою поддержку главным образом пикеты, кубы, уличные мероприятия. Так, наибольшее количество проведенных пикетов приходится на октябрь (50%). С июня по сентябрь главным средством агитации стали кубы (от 17 до 22%). В сентябре (28%) и декабре (22%) организаторы в регионах активно используют уличные мероприятия, в ходе которых активно привлекают сторонников и волонтеров.

Таблица 2. Виды акций в ЦФО в 2017 г.

Регион	Митинги	Пикеты	Демонстрации	Кубы	Уличные мероприятия	Собрания инициативных групп
Белгородская область	2	1	0	1	6	1
Брянская область	1	5	0	7	5	0
Владимирская область	3	6	0	10	1	0
Воронежская область	1	3	0	7	7	1
Ивановская область	2	1	0	10	0	0
Калужская область	2	1	0	3	1	0
Костромская область	2	4	0	3	7	0
Курская область	3	3	0	1	2	0
Липецкая область	1		1	0	7	0
Москва	3	2	1	1	15	1
Орловская область	2	6	0	1	7	0
Рязанская область	2	1	0	3	5	0
Смоленская область	3	0	0	4	5	0
Тамбовская область	2	2	0	0	10	0
Тверская область	1	1	0	2	4	0
Тульская область	2	1	0	0	0	0
Ярославская область	3	1	0	11	4	1

Важно отметить, что в декабре в четырех регионах были проведены собрания инициативных групп по выдвижению А. Навального в кандидаты в президенты России (Белгород, Воронеж, Москва, Ярославль).

Рассматривая региональную специфику проведенных акций, стоит отметить, что большая часть митингов была организована в Москве, Ярославле, Владимире, Воронеже, Брянске. По количеству пикетов лидирующими регионами являются Владимир, Орел, Брянск. Наименьшее количество пикетов проведено в Твери, Туле, Калуге, Курске, Липецке.

В 16 регионах регулярно проводились уличные акции, на которых раздавались агитационные материалы. Для вовлечения населения в акции, заранее отмечались места, в которых устанавливались кубы. Таким образом, создание первых кубов проходило практически одновременно с проведением агитационных мероприятий. Уличные акции, кубы стали ключевым элементом кампании А. Навального. Запуск визуальных способов агитации способствовал привлечению внимания граждан. Волонтеров для участия в мероприятиях привлекали с помощью страниц, созданных в социальных сетях, и блогов А. Навального.

Основная доля участников митингов приходится на Москву. В частности, 57% всех участников митингов 26 марта в ЦФО – жители Москвы (табл. 3). Далее следуют Воронеж (7%), Иваново (5%), Владимир (4%). Это можно объяснить как численностью населения Москвы, так и опытом А. Навального работы в данном регионе, спецификой социального состава жителей Москвы. Напротив, в отдаленных регионах наблюдается сокращение граждан, принявших участие в митингах.

Таблица 3. Численность митингующих в 2017 г.

Регион	Дата								
	26 марта	9 апреля	12 июня	7 октября	27 октября	28 октября	29 октября	12 ноября	29 ноября
Белгородская область	200 НС			30 С					
Брянская область	250 НС								
Владимирская область	500 С		300 НС						330 С
Воронежская область	860 С								
Ивановская область	650 С				350 С				
Калужская область	300 С		350 С						
Костромская область	400 С		300 С						
Курская область	150 С		200 С			400 С			
Липецкая область	300 С								
Москва	7 300 НС		1 800 НС	1 350 НС					
Орловская область	300 НС			50 С					
Рязанская область	375 НС		400 С						
Смоленская область	300 НС		450 С					125 С	
Тамбовская область	175 НС						250 НС		

Регион	Дата								
	26 марта	9 апреля	12 июня	7 октября	27 октября	28 октября	29 октября	12 ноября	29 ноября
Тверская область	400 НС								
Тульская область	450 НС		50 НС						
Ярославская область		150 С	500 С	250 НС					
	12 910	150	4 350	1 680	350	400	250	125	330

Примечание. НС – несогласованный митинг; С – согласованный митинг.

В целом в течение 2017 г. А. Навальным было организовано более 35 митингов в Центральном федеральном округе. Наиболее массовыми были мартовские митинги (63% участников от годовых значений). Вторыми по массовости стали митинги 12 июня (21% участников от годовых значений). Среднее количество в регионах варьирует от 250 до 350 человек.

Наибольшее количество несанкционированных акций приходится на 26 марта 2017 г. Несанкционированные акции прошли в 9 регионах. Стоит отметить, что в одном из регионов 26 марта не проводился митинг из-за несогласованности документов на его проведение, поэтому он был перенесен на 9 апреля. При этом в Ивановской, Калужской, Костромской, Курской областях наиболее часто проводились согласовывали митинги.

В ходе избирательной кампании А. Навальный организовал митинги в свою поддержку и посетил 5 регионов Центрального федерального округа с октября по ноябрь: Ивановскую, Курскую, Тамбовскую (митинг не был согласован), Тверскую, Владимирскую области.

Осенью начался процесс создания предвыборных штабов А. Навального по выборам президента России по всей стране. Следует отметить, что он не был зарегистрирован в качестве кандидата. Однако штабы были открыты в 81 регионе России. Штабы стали организационной основой для мобилизации масс и проведения различных офлайн мероприятий.

Проведенный анализ позволяет выявить основные формы офлайн активности:

- митинги (пик – март, 63% от всех мероприятий подобного типа);
- пикеты (октябрь, 50%);
- кубы (июль, сентябрь, 22%);
- уличные агитационные мероприятия (сентябрь, 28%).

В начале года преобладали несанкционированные формы для привлечения граждан. С апреля наблюдается увеличение доли санкционированных форм, которые используются и преобладают по декабрь 2017 г.

Таким образом, прошедшие в марте, июне, октябре массовые митинги, организованные А. Навальным в регионах, были посвящены антикоррупционным расследованиям. После прошедших мартовских митингов наблюдается открытие штабов в ходе предвыборной кампании А. Навального. С мая по декабрь 2017 г. активно применяются такие виды акций, как кубы, пикеты и уличные мероприятия, использующиеся в предвыборной агитации. Применение интернет-платформ в проводимых акциях является эффективным способом донесения информации и мобилизации масс.

Массовые антикоррупционные митинги и масштабное их освещение в СМИ позволили А. Навальному достигнуть нового уровня узнаваемости – 55% среди населения России [18]. Наиболее высокая узнаваемость Алексея Навального среди жителей Москвы, где его знают 88% участников опроса. Среди россиян с высоким потребительским статусом и респондентов с высшим образованием его узнаваемость также выше. На страницы А. Навального в Интернете подписано в общей сложности почти 2 млн человек.

Как уже отмечалось, А. Навальный и представители штабов в регионах, созданных в 2017–2018 гг., активно используют социальные страницы и видеоблоги для организации коллективных действий. Связь руководителей со сторонниками осуществляется с помощью социальных сетей, что способствует улучшению коммуникации между участниками. Предварительно на официальных страницах в социальных сетях публикуется информация о предстоящих акциях в регионах, граждан призывают принять участие в мероприятиях. Страницы используются для рассылок в социальных сетях агитационных материалов и предложений приобрести продукцию в интернет-магазине.

Характер активности в социальных сетях А. Навального хорошо виден на примере социальных страниц Фонда борьбы с коррупцией [9]. Авторами статьи был проведен анализ их содержания за период с сентября 2017 г. по февраль 2018 г. Целью анализа являлось определение связей между страницами, созданными Фондом борьбы с коррупцией, и выявление наиболее часто используемых форм активности.

Эмпирической базой исследования выступила информация, размещенная на официальных страницах Фонда борьбы с коррупцией. Единицами анализа выступили размещенные Фондом борьбы с коррупцией посты (лайки, репосты, комментарии) в социальных сетях ВКонтакте, Facebook, Twitter. Методом количественной обработки данных выступил критерий корреляции *r* Брауэ–Пирсона.

В ходе исследования было выявлено, что социальная сеть ВКонтакте обладает наибольшим количеством подписчиков: их количество составляет 66 226 человек (рис. 1).



Рис. 1. Общее количество подписчиков ФБК (указаны численность и год создания страницы)

При этом Facebook и ВКонтакте – первые платформы, на которых были созданы страницы ФБК в 2012 г. Страница в Instagram была создана позже. Проведенный анализ (рис. 2) определил, что наибольшая взаимосвязь у постов, размещенных в социальных сетях ВКонтакте и Facebook (98%). Выявленная корреляция является положительной, так как оба показателя возрас-

тают пропорционально. Установлена наименьшая зависимость между постами в ВКонтакте и Twitter: доля корреляции составляет 14%.

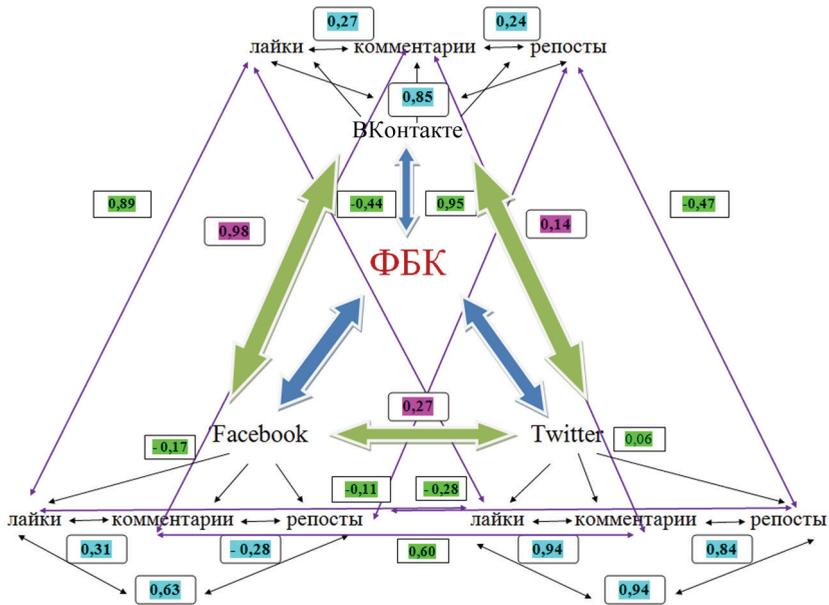


Рис. 2. Корреляции между социальными сетями ФБК

Наиболее активные формы участия в социальных сетях:

- лайки (33 209, 69%);
- репосты (7 993, 16%);
- комментарии (7 214, 15%).

Исследование позволило выявить закономерность: посты, получающие наибольший отклик у пользователей, имеют наибольшее количество лайков, репостов и комментариев. Таким образом, реакция пользователей выражается сразу во всех возможных формах. Пользователи больше обращают внимание на посты, в которых отмечено значительное количество лайков, репостов, комментариев. Большое количество лайков способствует росту репостов и комментариев к размещенному посту. Следовательно, данные формы участия выступают показателем популярности данного поста в социальной сети.

Таким образом, развитие интернет-пространства расширило коммуникационные возможности граждан, при этом интернет-технологии выступают сильным инструментом воздействия на массовое сознание в движениях. Интернет-коммуникация оказывает значительное влияние на результат коллективных действий.

Интернет позволяет политикам формировать узнаваемость и политический капитал, привлекать сторонников. Ярким примером такого политика является А. Навальный. Созданные А. Навальным в Интернете платформы позволяют координировать и мобилизовать сторонников в конкретные коллективные действия в офлайне.

Можно говорить о том, что А. Навальный является популярным политическим деятелем Рунета. Своей популярности он добился во многом благодаря грамотной интернет-кампании, которая включала в себя расследования,

защиту прав граждан, массовое использование социальных сетей для мобилизации сторонников, непосредственного общения с ними и организации выступлений. Алексей Навальный, получив известность в сети как блогер, расследующий коррупционные схемы в крупных государственных компаниях, стал значимым политическим деятелем с высоким уровнем узнаваемости, способным организовывать многочисленные офлайн акции по всей стране.

Созданные А. Навальным Интернет-платформы являются ключевым механизмом мобилизации населения. Наличие большого массива информации, распространяемого посредством интернет-платформ, способствует формированию общих интересов и объединению участников для коллективных действий.

Использование Интернета является фактором повышения эффективности работы политических субъектов за счет возможностей, которые появляются при переносе части организационной активности в Сеть. В Сети формируется среда, которая обладает широкими возможностями коммуникации и объединения внутри нее. Эти свойства отражаются в повышении результативности работы гражданских организаций, главным показателем которой является масштабность деятельности.

Таким образом, можно говорить о том, что А. Навальный сформировал эффективный симбиоз инструментов осуществления коллективных действий, базируясь как на онлайн, так и офлайн элементах:

- 1) социальные сети, блоги, интернет-реклама;
- 2) уличная агитация (массовые митинги, кубы, пикеты);
- 3) производство и распространение агитационных материалов;
- 4) финансовое обеспечение (краудфандинг и привлечение спонсоров).

Литература

1. Блумер Г. Коллективное поведение // Американская социологическая мысль : тексты. М, 1994. С. 168–215.
2. Казаринова Д.Б. Теория коллективных действий: политические импликации // Вестник российского университета дружбы народов. 2011. № 3. С. 71–78.
3. Штольма П. Социология. Анализ современного общества. М. : Логос, 2005. 664 с.
4. Скакунов Э.И. Природа политического насилия. Проблемы объяснения // Социс. 2001. № 12. С. 22–30.
5. Козин М.И. Современный политический процесс в России: общественно-политические объединения и политическая элита : (теоретико-методологические проблемы исследования). М. : ИСПИ РАН, 1997. 78 с.
6. Якушина О.И. Идентичность в социологической теории Э. Гидденса // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 2. С. 87–95.
7. Попова В.О., Балежина Е.А. Роль средств массовой информации в формировании стереотипов массового сознания // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2015. № 2 (22). С. 88–92.
8. Предпосылки для осенних протестов. 01.08.2018. URL: <https://www.levada.ru/2018/08/16/predposylki-dlya-osennih-protestov/> (дата обращения: 10.09.2018).
9. Gerbaudo P. Tweets and the Streets. Social Media and Contemporary Activism. London : Pluto Books, 2012. 216 p.
10. ВЦИОМ. Проект «Электоральная панель 2011–2012». URL: <http://politpanel.wciom.ru> (дата обращения: 20.09.2017).
11. Bennett W.L., Segerberg A. The Logic of Connectiveaction // Information, Communication & Society. 2012. № 15. P. 739–768.
12. Левада-Центр. Митинг медицинских работников. URL: <http://www.levada.ru/2014/11/21/miting-meditsinskih-rabotnikov> (дата обращения: 20.09.2017).

13. *Левада-Центр*. Протесты «дальнобойщиков» и готовность протестовать среди населения. URL: <https://www.levada.ru/2015/12/30/protesty-dalnobojshnikov-i-gotovnost-protestovat-sredi-naseleniya/> (дата обращения: 14.03.2018).

14. *Фонд общественного мнения*. Акции протеста 12 июня: опросы накануне и после протестов. URL: <http://fom.ru/Nastroeniya/13591> (дата обращения: 06.04.2018).

15. *Навальный LIVE*. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCgxTPTFbIbCWfTR9I2-5SeQ/featured> (дата обращения: 06.04.2018).

16. *Навальный*. URL: <https://navalny.com> (дата обращения: 14.03.2018).

17. *Штаб Навального*. URL: <https://www.youtube.com/channel/UC7Elc-kLYdl-NAV4g204pDQ> (дата обращения: 06.04.2018).

18. *Левада-центр*. Протесты и Навальный. URL: <https://www.levada.ru/2017/07/17/protesty-i-navalnyj/> (дата обращения: 17.07.2017).

Alexander V. Sokolov, Demidov Yaroslavl State University (Yaroslavl, Russian Federation).

E-mail: alex8119@mail.ru

Asiyat A. Kurbanova, Saint Petersburg State University (Saint Petersburg, Russian Federation).

E-mail: kurbanovaasyat@mail.ru

Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya – Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science. 2019. 52. pp. 231–245.

DOI: 10.17223/1998863X/52/21

MASS MOVEMENTS IN MODERN RUSSIA (ON THE EXAMPLE OF THE MOVEMENT IN SUPPORT OF ALEXEI NAVALNY)

Keywords: mass movement; collective actions; communication; Internet; protest; social network sites.

The article is devoted to the analysis of the organization and conduct of mass movements in modern Russia. A review of a number of mass movements in Russia was made: the March to Moscow of the trade union of workers of the Russian Academy of Sciences, the rally of medical workers in Moscow, the protest movement of truckers against the Platon toll system. The movement in support of Alexei Navalny in 2017 was analyzed to give a detailed description of the specificity of the functioning of mass movements in modern Russia. The choice of this movement was due to its mass character, publicity of activity, wide media coverage, political significance, the use of various tools for mobilizing the masses. The study was based on three main methods: case study, event analysis, network analysis. The authors described the goals and resources of this movement's organization, the chronology, conducted a quantitative analysis of the mass events, determined the status of the events. In order to analyze the scale of Navalny's activities on organizing mass actions, the authors analyzed offline collective actions in 2017 in the Central Federal District of Russia (based on 265 information sources). The online activity was analyzed on the example of social network pages of the Anti-Corruption Foundation for the period from September 2017 to February 2018. The purpose of the analysis was to determine the links between the created pages of the Anti-Corruption Foundation (Vkontakte, Facebook, Twitter) and to identify the most frequently used forms of activity (likes, reposts, comments). The analysis made it possible to reveal that the greatest relationship is with posts posted on social networks Vkontakte and Facebook (98%). The study revealed a pattern: posts that receive the greatest response from users have the largest number of likes, reposts and comments. Thus, the reaction of users is expressed immediately in all possible forms. Users pay more attention to posts with a significant number of likes, reposts and comments. More likes contribute to the growth of reposts and comments to the post. Navalny achieved his popularity largely due to a competent Internet campaign, which included investigations, protection of citizens' rights, massive use of social networks to mobilize his supporters, direct communication with them and organization of performances. Internet platforms created by Navalny are a key mechanism for mobilizing the masses of the population. The large array of information disseminated through Internet platforms contributes to the formation of common interests and the unification of participants to collective action. Thus, it can be stated that Navalny has formed an effective symbiosis of collective action tools based on both online and offline elements.

References

1. Bloomer, G. (1994) Kollektivnoe povedenie [Collective Behaviour]. In: Dobrenkov, V.I. (ed.) *Amerikanskaya sotsiologicheskaya mysl'* [American Sociological Thought]. Translated from English. Moscow: Moscow State University. pp. 168–215.

2. Kazarinova, D.B. (2011) Teoriya kollektivnykh deystviy: politicheskie implikatsii [Collective action theory: the political dimension]. *Vestnik Rossiyskogo universiteta družby narodov – RUDN Journal of Political Science*. 3. pp. 71–78.
3. Sztompka, P. (2005) *Sotsiologiya. Analiz sovremennogo obshchestva* [Sociology. Analysis of Modern Society]. Moscow: Logos.
4. Skakunov, E.I. (2001) Priroda politicheskogo nasiliya. Problemy ob'yasneniya [The nature of political violence. Problems of explanation]. *Sotsis – Sociological Studies*. 12. pp. 22–30.
5. Kodin, M.I. (1997) *Sovremennyy politicheskiy protsess v Rossii: obshchestvenno-politicheskie ob'edineniya i politicheskaya elita: (Teoretiko-metodologicheskie problemy issledovaniya)* [The modern political process in Russia: socio-political associations and the political elite: (Theoretical and methodological problems of research)]. Moscow: RAS.
6. Yakushina, O.I. (2014) Identity in the sociological theory of A. Giddens. *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya – Modern Problems of Science and Education*. 4. pp. 87–95. (In Russian).
7. Popova, V.O. & Balezina, E.A. (2015) Role of mass media in formation of stereotypes of mass consciousness. *Vestnik Permskogo universiteta. Filosofiya. Psikhologiya. Sotsiologiya – Perm University Herald. Series “Philosophy. Psychology. Sociology”*. 2(22). pp. 88–92. (In Russian).
8. Levada.ru. (2018) *Predposylki dlya osennikh protestov. 01.08.2018* [Background for the autumn protests. August 1, 2018]. [Online] Available from: <https://www.levada.ru/2018/08/16/predposylki-dlya-osennih-protestov/> (Accessed: 10th September 2018).
9. Gerbaudo, P. (2012) *Tweets and the Streets. Social Media and Contemporary Activism*. London: Pluto Books.
10. VTsIOM. (n.d.) *Proekt “Elektoral'naya panel' 2011–2012”* [Project “Electoral Panel 2011–2012”]. [Online] Available from: <http://politpanel.wciom.ru> (Accessed: 20th September 2017).
11. Bennett, W.L. & Segerberg, A. (2012) The logic of connective action. *Information, Communication & Society*. 15. pp. 739–768.
12. Levada-Tsentr. () *Miting meditsinskikh rabotnikov*. [Online] Available from: <http://www.levada.ru/2014/11/21/miting-meditsinskikh-rabotnikov> (data obrashcheniya: 20.09.2017).
13. Levada.ru. (2015) *Protesty “dal'nobol'shchikov” i gotovnost' protestovat' sredi naseleniya* [Protests of the long-distance truckers and the willingness to protest among the population]. [Online] Available from: <https://www.levada.ru/2015/12/30/protesty-dalnobojshhikov-i-gotovnost-protestovat-sredi-naseleniya/> (Accessed: 14th March 2018).
14. Public Opinion Foundation. (n.d.) *Aksii protesta 12 iyunya: oprosy nakanune i posle protestov* [The June 12 protests: polls the day before and after the protests]. [Online] Available from: <http://fom.ru/Nastroeniya/13591> (Accessed: 6th April 2018).
15. Youtube.com. (n.d.) *Navalnyy LIVE*. [Online] Available from: <https://www.youtube.com/channel/UCgxTPTFbIbCWfTR9I2-5SeQ/featured> (Accessed: 6th April 2018).
16. Navalny.com. (n.d.) *Navalnyy* [Navalny]. [Online] Available from: <https://navalny.com> (Accessed: 14th March 2018).
17. Youtube.com. (n.d.) *Shtab Naval'nogo* [The Navalny Headquarters]. [Online] Available from: <https://www.youtube.com/channel/UC7Elc-kLydl-NAV4g204pDQ> (Accessed: 6th April 2018).
18. Levada.ru. (2017) *Protesty i Naval'nyy* [Protests and Navalny]. [Online] Available from: <https://www.levada.ru/2017/07/17/protesty-i-navalnyj/> (Accessed: 17th July 2017).