

УДК 32.019.52

DOI: 10.18413/2408-932X-2021-7-1-0-3

Домбровская А. Ю.<sup>1</sup>,  
Никулин Е. Р.<sup>2</sup>

**Медийная инфраструктура протеста в «новых» медиа  
на примере белорусского кейса (декабрь 2019 года):  
структура, каналы, смыслы, технологии**

Московский педагогический государственный университет, ул. Малая Пироговская,  
д. 1, стр. 1, г. Москва, 119991, Россия;

<sup>1</sup>*au.dombrovskaya@mpgu.su*; <sup>2</sup>*egor.nikulin.98@bk.ru*

**Аннотация.** Статья посвящена исследованию медийной инфраструктуры протестной волны в Республике Беларусь (далее РБ) в декабре 2019 года. Для изучения темы разработан понятийный аппарат, связанный с медийной архитектурой протестной активности граждан, и выявлены ее основные составные элементы. В рамках исследования проанализирована с помощью введенных в научный оборот данных киберметрии на русском и белорусском языках медийная инфраструктура белорусских протестов по выявленным нами параметрам, а также изучены и сопоставлены основные характеристики данной инфраструктуры с социально-экономическими и культурно-историческими особенностями РБ.

**Ключевые слова:** протест; протестная волна; медийная инфраструктура; протестная активность; медийный агент; политический актор; медийная архитектура.

**Для цитирования:** Домбровская А. Ю., Никулин Е. Р. Медийная инфраструктура протеста в «новых» медиа на примере белорусского кейса (декабрь 2019 года): структура, каналы, смыслы, технологии // Научный результат. Социальные и гуманитарные исследования. 2021. Т. 7. № 1. С. 25-43. DOI: 10.18413/2408-932X-2021-7-1-0-3

A. Yu. Dombrovskaya<sup>1</sup>,  
E. R. Nikulin<sup>2</sup>

**Media infrastructure of protest in the “new” media  
on the example of the Belarusian case (December 2019):  
structure, channels, meanings, technologies**

Moscow State Pedagogical University, 1/1 Malaya Pirogovskaya St., Moscow, 119991, Russia;  
<sup>1</sup>*au.dombrovskaya@mpgu.su*; <sup>2</sup>*egor.nikulin.98@bk.ru*

**Abstract.** The article is devoted to the study of the media infrastructure of the protest wave in the Republic of Belarus (hereinafter RB) in December 2019. In order to study the topic, a conceptual apparatus related to the media architecture of citizens' protest activity has been developed and its main constituent elements have been identified. Within the framework of this work, with the help of cybermetry data introduced into scientific circulation in Russian and Belarusian languages, the media infrastructure of the Belarusian protests was analyzed according to the parameters we identified, and the main characteristics of this infrastructure were studied and com-

pared with the socio-economic and cultural-historical features of the Republic of Belarus.

**Keywords:** protest; protest wave; media infrastructure; protest activity; media agent; political actor; media architecture

**For citation:** Dombrovskaya A. Yu., Nikulin E. R. (2021), "Media infrastructure of protest in the "new" media on the example of the Belarusian case (December 2019): structure, channels, meanings, technologies", *Research Result. Social Studies and Humanities*, 7 (1), 25-43, DOI: 10.18413/2408-932X-2021-7-1-0-3

### *Актуальность и проблемное поле исследования*

На сегодняшний день принято считать, что политические системы РФ и РБ практически идентичны: они персонифицированы, авторитарны, с высоким уровнем цензуры традиционных СМИ, отсутствием реальной оппозиции в «системном» секторе политики и наличием активных оппонентов власти в «несистемном». Данные тезисы подтверждает компаративное исследование политических ценностей и приверженности демократии И.А. Василенко, Л.Г. Титаренко (см.: Василенко, Титаренко, 2015), а также общее сравнение политических систем РФ и РБ в исследовании А.В. Левина (см.: Левин, 2019). Причиной тому, с нашей точки зрения, являются исторический бэкграунд исследуемых государств с традиционно закрепленным в политической традиции и культуре авторитаризмом, а также политические условия, сложившиеся в РФ и РБ в последние несколько десятков лет и выражающиеся в «закреплении» во властных структурах «коллективного» В. Путина и «коллективного» А. Лукашенко.

Подтверждает высказанный тезис и тот факт, что начало или конец электорального цикла в РФ или РБ характеризуется наличием протестной активности, которая имеет либо слабое, либо сильное выражение не только в онлайн-, но и в офлайн-среде. В данном контексте целесообразно изучить медийную инфраструктуру

ру белорусского протеста в декабре 2019 года, который имел место быть в офлайн- и онлайн-пространстве, и определить основные черты этой инфраструктуры, поскольку, в силу описанной выше схожести политических культур РБ и РФ, возможно, та же структура, апробированная в РБ, будет использоваться в случае дестабилизации политической ситуации в РФ. Следовательно, особый интерес для нас представляет медийная архитектура протестной волны в РБ в декабре 2019 года в онлайн-среде, ее основополагающие черты, а также ее эффективность в изучаемом нами кейсе.

Кроме того, акцент на внешнеполитической тематике (выбор между «Востоком» и «Западом») актуален для подавляющей части протестных волн на территории постсоветского пространства, что также актуализирует данное исследование и расширяет его проблемное поле, поскольку схожие каналы, содержательные и технологические характеристики медийной инфраструктуры могут быть использованы для «выдавливания» РФ из зоны ее геополитических интересов.

Исходя из этого, в процессе реализации данного исследования необходимо изучить составные элементы медийной инфраструктуры исследуемого нами явления, его акторов, продуцирующих контент, и их влияние на протесты в офлайн-среде.

Целью исследования является комплексный анализ медийной инфраструкту-

ры протестов в Белоруссии в декабре 2019 года.

*Теоретический объект* – медийная инфраструктура протестной волны в сетевом пространстве.

Каналы и механизмы взаимодействия политических акторов, являющихся лидерами и активистами протестов в 2019 году, в социально-медийном пространстве составляют *предметную область* статьи.

*Эмпирический объект* представляет собой контент релевантных теме данной работы сообществ в социальных сетях<sup>1</sup>, популярных в исследуемом нами государстве.

#### **Теоретическая база исследования**

Поскольку работа носит бинарный характер и анализирует онлайн- и офлайн-протест, то целесообразно разделить теоретическую базу на две группы. Первая из них посвящена протесту как явлению общественной и политической реальности. Среди классических исследователей в нее входят Г. Лебон с его концепцией «массового заражения» (см.: Лебон, 2007) и Х. Ортега-и-Гассет (см.: Ортега-и-Гассет), создавший парадигму массового поведения. Исходя из этих исследовательских работ, массовый протест не может обойтись без определенных символических основ, а также без каналов коммуникации для мобилизации массовой акции и управления ею, что актуально в рамках нашего исследования в силу того, что именно медийная инфраструктура, с нашей точки зрения, является тем пространством, где формируется и популяризируется символика протеста и осуществляется его информационный менеджмент.

Вторая группа представляет для нас наибольший интерес, так как она объясняет

роль интернет-медиа в протестных процессах: протест как явление в медийной сфере без ярких проявлений в пространстве офлайн, а также взаимосвязь виртуального и реального протеста. Из классиков следует выделить М. Кастельса (см.: Castells, 2009), работы которого описывают структуру новых социальных медиа, что в данном исследовании необходимо, а также труды Г. Рейнгольда, обращенные к технологии мобилизации протестующих в интернет-СМИ (см.: Рейнгольд, 2006). Среди современных исследований, изучающих виртуальную сферу, процесс создания новых идентичностей и смыслов в интернет-пространстве и их переход в реальность, целесообразно отметить работы Е.В. Бродовской и А.Ю. Домбровской (см.: Интернет-технологии..., 2016) и статью Е.Р. Никулина, А.Е. Шубина (см.: Никулин, Шубин, 2019). Именно данные исследования обосновывают взаимосвязи онлайн- и офлайн-пространств, а также изучают и характеризуют каналы данного взаимодействия. Однако поскольку настоящее исследование основано на медийной инфраструктуре «новых» медиа, то необходимо проанализировать, что понимается под данным термином, его структуру, функции. Медийная, она же, как отмечают Горбунова, информационная инфраструктура представляет собой онлайн-пространство, обеспечивающее функционирование медийной среды и взаимодействие пользователей внутри того или иного информационного поля (см.: Горбунова, Горбунова, 2014). Исходя из этого, заметим, что медийная инфраструктура состоит из нескольких групп структурных элементов. Первая из них – семантическая, включающая в себя информационное поле, которое следует трактовать как контекст смыслов, продуцируемых в рамках данного поля и являющихся дискурсами, а также механизмов манипуляции, рассматриваемых нами в рамках настоящей работы в

<sup>1</sup> [https://docs.google.com/spreadsheets/d/1cwZQicHDE XZuM1fA2Xir4\\_X7GeJF\\_O9DNaGAEH7do1A/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1cwZQicHDE XZuM1fA2Xir4_X7GeJF_O9DNaGAEH7do1A/edit?usp=sharing) (Лист 1).

качестве семантического ядра релевантного информационного потока, влияющего на его восприятие потребителями контента. Вторая – конструкционная, состоящая из непосредственно площадок того или иного информационного поля, каналов горизонтальной (между акторами политического процесса в сетевой среде) и вертикальной (между участниками онлайн-пространства, создающего контент и потребляющего его) коммуникаций и типов контента, наиболее удобных для условных «читателей». Следовательно, медийная инфраструктура включает в себя блогодости, сообщества и аккаунты, освещающие те или иные события, их взаимосвязи, семантическое ядро (облако тегов), и – поскольку в данном исследовании заявлено изучение ее влияния на протесты в офлайн-среде в обозначенном выше кейсе – динамика.

#### **Методологическая база исследования**

Данное исследование основывается на двух научных подходах: сетевом и неoinституциональном (в его когнитивистской версии).

Авторами сетевого подхода являются исследователи, на которых мы ссылались в теоретическом блоке работы: М. Кастельс, Г. Рейнгольд, Р. Роуз и М. Фаслер, благодаря концепциям которых мы можем актуализировать и проанализировать платформу данного исследования, а именно сетевое пространство. Именно в рамках данного научного подхода в настоящем исследовании разрабатывается методика и реализуется большая часть методов.

Неoinституциональный (в его когнитивистской версии) подход, авторами которого являются Дж. Марч и Й. Олсен, также расширяет возможности анализа в нашей работе, только не в плане методических аспектов, как сетевой, а в концептуальных. Именно данный подход позволяет не ограничиваться институциональной со-

ставляющей политических процессов и явлений, а изучать их с неформальной стороны. Это направление занимает важное место, так как именно в его рамках нами будет проведена основная часть исследования. Подчеркнем, что согласно когнитивистской версии неoinституционализма любой медийный поток (в том числе любой текст) следует рассматривать в качестве продукта политических агентов, которые стремятся реализовать свои интересы в медийной сфере. А сам информационный поток можно «разложить» на измеряемые параметры и детально его изучить.

#### **Формирование выборочной совокупности**

Поскольку исследование главным образом реализуется в сетевом пространстве, то для формирования выборочной совокупности необходимо ранжировать различные социально-медийные платформы по их политизированности и популярности, а затем определить выборочную совокупность. Итак, «ВКонтакте» является крупнейшей сетевой площадкой РБ по данным исследований Института социологии НАН Беларуси, согласно которым 43 % населения РБ пользуется «ВКонтакте», 36,6 % – «Одноклассниками», Instagram – 27,8 %, Facebook – 15,3 %, Twitter – 6,3 %<sup>2</sup>. При этом аудитория «ВКонтакте» и Instagram, как и большинства социальных сетей, по большей части – молодежь (до 30 лет), а «Одноклассники» – социальная сеть преимущественно для средней возрастной категории (от 30 до 50 лет).

Более того, исходя из данных, представленных в аналитическом отчете Digital 2019, «ВКонтакте» входит в тройку самых

<sup>2</sup> «ВКонтакте» стал самой популярной соцсетью в Беларуси [Электронный ресурс]. URL: <http://socio.bas-net.by/vkontakte-stal-samoj-populyarnoj-sotssetyu-v-belarusi/> (дата обращения: 10.12.2020).

популярных сайтов (YouTube, Google.com и «ВКонтакте»), посещаемых белорусами в 2019 году<sup>3</sup>.

Также, с нашей точки зрения, целесообразно проанализировать не только сегмент социальных медиа, связанный с социальными сетями, но и мессенджеры, которые являются перспективным медийным инструментом влияния на политический процесс. Итак, согласно данным Infopolicy.biz, ведущими мессенджерами в белорусском сегменте являются Viber, Skype и WhatsApp<sup>4</sup>. Такая же тройка фигурирует и в ином исследовании, где обозначена популярность в процентном виде: Viber – 93 %, Skype – 62 % и WhatsApp – 41 %<sup>5</sup>. Стоит отметить, что всего на несколько пунктов от WhatsApp отстает Telegram (35 %). Однако информационный поток именно Telegram носит релевантный нашей теме характер, так как Telegram-каналы пользуются

большой популярностью, являясь многотысячной площадкой коммуникации по широкому спектру тем, в том числе и политических, а остальные – лишены политического контента и используются сугубо для личной коммуникации.

Исходя из представленных выше данных, большая часть отобранных групп, релевантных теме данного исследования, должна принадлежать «ВКонтакте». Следующая соцсеть по числу групп в списке сообществ – «Одноклассники», а остальные социальные сети – по равному количеству сообществ. С нашей точки зрения, логичнее всего отобрать 100 сообществ, продуцирующих контент с политическим (или внешнеполитическим, поскольку основной тематикой протестов являлась активация процесса интеграции РБ и РФ в рамках Союзного государства) дискурсом, и разделить 100 сообществ списка по сегментам блогхостинга следующим образом:

Таблица 1. Соотношение сетевых площадок исследования  
 Table 1. Ratio of network sites in the study

| Сегмент блогхостинга / Blog hosting segment | Число сообществ / Number of communities |
|---|---|
| «ВКонтакте»                                 | 30 сообществ                            |
| «Одноклассники»                             | 15 сообществ                            |
| YouTube                                     | 10 сообществ                            |
| Telegram                                    | 10 сообществ                            |
| Facebook                                    | 10 сообществ                            |
| Instagram                                   | 5 сообществ                             |
| Twitter                                     | 20 сообществ                            |

<sup>3</sup> Digital 2019: тренды использования интернета, соцсетей, мобильных платформ, электронной торговли по Беларуси [Электронный ресурс]. URL: <https://dev.by/news/digital-2019-belarus> (дата обращения: 10.12.2020).

<sup>4</sup> Оценка пользования мессенджерами в Беларуси [Электронный ресурс]. URL: <http://www.infopolicy.biz/?p=11830> (дата обращения: 10.12.2020).

<sup>5</sup> Составлен Топ-5 самых популярных соцсетей и мессенджеров в Беларуси [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nv-online.info/2018/10/31/sostavlen-top-5-samyh-populyarnyh-sotssetej-i-messendzherov-v-belarusi.html> (дата обращения: 10.12.2020).

Отметим, что «перекося» в количестве сообществ Instagram и Twitter объясняется уровнем их политизированности. В работе группы исследователей во главе с С.Н. Федорченко отмечено, что политизированность Twitter самая высокая среди сегментов социальных медиа (8 из 10), а Instagram, напротив, самая низкая (1 из 10) (см.: Финальный аккорд..., 2018). Поскольку тема данной работы носит сугубо политический характер, то для нас представлялось логичным повысить квоты для высокополитизированных сетей и сократить для низкополитизированных.

Отбор релевантных теме исследования сообществ осуществлялся по принципу их политической ориентации, а также с опорой на исследовательские данные. Например, согласно результатам исследования С.Н. Федорченко и его команды, соотношение провластных сообществ и оппозиционных в белорусском сегменте интернета примерно равно (провластные – 47 %, оппозиционные – 53 %). Несколько иным образом описывают сетевое пространство РБ группа исследователей Агентства социального инжиниринга, согласно которым большая часть информационного потока политического содержания принадлежит именно оппозиционным медийным агентам. Подобного рода ситуация, с нашей точки зрения, объясняется тем фактом, что оппозиционный блок сообществ включает в себя все непровластные группы<sup>6</sup>.

Следовательно, логично сегментировать оппозиционные сообщества по степени радикальности их дискурса: умеренно оппозиционные, радикально оппозиционные и, например, нейтральные, контент которых редко касается политической повестки, но данные сообщества популярны. Таким образом, принцип формирования списка сообществ, релевантных теме ис-

<sup>6</sup> Анализ работы Запада в Беларуси [Электронный ресурс]. URL: [https://sea.com.ru/wp-content/uploads/2019/03/Analiz\\_raboty\\_zapada\\_v\\_Belorusii.pdf](https://sea.com.ru/wp-content/uploads/2019/03/Analiz_raboty_zapada_v_Belorusii.pdf) (дата обращения: 10.12.2020).

следования, заключается в примерно равном распределении по 25 сообществ на каждую обозначенную характеристику.

Кроме этого, важными параметрами отбора групп являются количество подписчиков (читателей) и возраст сообщества. В данном исследовании интерес для нас будут представлять сообщества с количеством подписчиков более 700 человек и возрастом сообщества не менее года (общепринятые нормы).

**Методика.** При формировании и заполнении матрицы<sup>7</sup> (методами дискурс-анализа и контент-анализа), с помощью которой нами будет описан релевантный теме исследования информационный поток, особое внимание следует уделить параметрам, «измеряющим» его<sup>8</sup>.

Важнейшим параметром, характеризующим контент определенных нами ранее сообществ, является язык. Данный параметр имеет три значения: русский, белорусский и английский. Наличие третьего значения объясняется сугубо прозападной позицией определенных политических акторов РБ, являющихся авторами контента социально-медийных сообществ.

Второй параметр матрицы – политическая позиция сообщества, из которого взята та или иная единица анализа. Данный параметр необходим для изучения политического контента, продуцируемого акторами с той или иной позицией в политическом ландшафте РБ. Также наличие данного параметра логично с точки зрения опоры на работы, рассмотренные нами ранее (например, С.Н. Федорченко). Единица анализа в рамках данного параметра может принимать значения: провластная, формально оппозиционная, неформально оп-

<sup>7</sup> Макет матрицы см.:

[https://docs.google.com/document/d/1e3XSPTtEijnR054K3e\\_Hnc-Liw4hipznV4gCmESE9Zw/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/document/d/1e3XSPTtEijnR054K3e_Hnc-Liw4hipznV4gCmESE9Zw/edit?usp=sharing)

<sup>8</sup> [https://docs.google.com/spreadsheets/d/1cwZQicHDEXXZuM1fA2Xir4\\_X7GeJF\\_O9DNaGAEN7do1A/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1cwZQicHDEXXZuM1fA2Xir4_X7GeJF_O9DNaGAEN7do1A/edit?usp=sharing) (Лист 2).

позиционная («несистемная» оппозиция) и нейтральная.

Третий параметр опирается на концепцию М. Смита, одного из родоначальников теории социальных установок, определяющего их трехкомпонентную совокупность: когнитивный компонент, аффективный компонент, поведенческий компонент (см.: Smith, 1947). Отметим, что данные элементы социальной установки тесно взаимосвязаны и могут быть представлены в ней в разной пропорции. Исходя из этого, нами будет определен преобладающий компонент в рассматриваемой единице анализа, которая будет принимать следующие значения: рациональный (нацеленный доказать читателю какую-либо идею), иррациональный (нацеленный вызвать у читателя сильные эмоции и впечатление от прочитанного) и призывающий читателя к каким-либо действиям (нацеленный на контроль и управление поведением читателя).

Четвертый параметр отражает манипулятивную сторону единицы анализа. При формировании спектра значений данного параметра мы опирались на описание манипуляторных технологий манипуляций С.В. Володенковым (см.: Володенков, 2012: 98-101). Итак, данный параметр будет принимать следующие значения: метод повторения (частое повторение тезиса), метод наклеивания ярлыков (присвоение тому или иному актору или событию «клички» с негативным или саркастическим окрасом), метод «общего вагона» (убеждение в том, что данная точка зрения разделяется большинством в обществе), метод утечки секретной информации (автор контента обладает «особенными» знаниями, недоступными широкому читателю), метод «спирали молчания» (схож с методом «общего вагона», но акцентирует внимание читателей не на присоединение к большинству, а на отсоединение от меньшинства), метод универсальности (затрагивает потребность человека быть в без-

опасности, для чего нужно быть «как все»), метод объективного подхода (вывод из представленных фактов несуществующей тенденции), метод семантического манипулирования (освещение темы с помощью слов, воспринимаемых обществом негативно или позитивно, что предает определенный окрас и данной теме), метод перефокусировки внимания (смещение акцента на незначительный, но выгодный манипуляторам факт), метод введения в сознание полярности (искусственное создание двух полярных точек зрения), метод «средних цифр» (средние значения скрывают реальную ситуацию), метод «белого шума» (суть теряется за множеством незначительных фактов), метод «органического совпадения точек зрения» (постепенная корректировка позиции общества на ту или иную проблему, тему), метод «информационной изоляции» (манипулятор описывает только часть правды, выгодную ему). Кроме этих значений, необходимо обозначить отсутствие манипуляций, представленных выше.

Следует также подчеркнуть, что в одной единице анализа может встречаться несколько манипулятивных методов. В таком случае, нами будет отмечено в матрице значение самой ярко выраженной манипуляции.

Следующий параметр определяется исходя из подхода к анализу дискурса М. Фелвола, который выделял критерии для классификации информационных потоков интернет-сообществ относительно их наполненности по следующим темам: акторы (политические субъекты), события (артефакты) и темы (концепты) (см.: Thelwall, Buckley, Paltoglou, 2010). В связи с этим мы выделяем несколько значений тематического параметра, по которым будем дифференцировать единицы анализа с точки зрения их центральной тематики: контент о политических акторах, контент о событиях и контент о темах.

Шестой параметр информационного потока является ключевым в данной работе, поскольку характеризует внешнеполитическую ориентацию единицы анализа, которая является основной в дискурсивном поле исследуемого нами кейса. Примечательно, что, например, пророссийский дискурс не всегда может быть направлен против проевропейской позиции или какого-либо иного внешнеполитического актора. Поэтому, определяя значения данного параметра, мы, опираясь на дифференциацию сетевого информационного потока Е.А. Чурашовой, описываем внешнеполитическую ориентацию единицы анализа с точки зрения дискурса-защиты и дискурса-нападения (см.: Чурашова, 2013). Кроме этого, разделяя данный параметр на значения, необходимо определиться с основными внешнеполитическими акторами, которые интересны «внутреннему» потребителю в РБ. Как отмечалось ранее, внешнеполитическая ориентация РБ носит биполярный характер: с одной стороны, РБ ориентирована на РФ, а с другой – на коллективный Запад, который, с нашей точки зрения, логично разделить на американский кластер и европейский, так как в историческом и культурном аспекте европейские страны воспринимаются гражданами РБ несколько иначе, чем США (и Канада). Остальные регионы (Азию, Африку и Латинскую Америку) из-за предположительно низкого уровня присутствия контента, связанного с ними, целесообразно объединить в рамки одного значения. Также мы считаем необходимым для описания информационного потока с внешнеполитической нагруженностью добавить еще одно значение, описывающее стремление к «самобытности» в единице анализа. Следовательно, данный параметр будет принимать следующие значения: пророссийская, антироссийская, проевропейская, антиевропейская, проамериканская, антиамериканская, проазиатская (а также проафриканская и пролатиноамериканская), ан-

тиазиатская (а также антиафриканская и антилатиноамериканская) и «самобытная» (ориентирующаяся на собственный национальный путь) позиции.

Следующие три параметра отражают контекст, дискурс и семантическое ядро единицы анализа и необходимы для составления словаря поисковых запросов в рамках использования инструмента IQ BUZZ<sup>9</sup>. Если последний параметр заключается во внесении в матрицу данного исследования наиболее часто употребляемых слов, словосочетаний, хештегов, жаргонизмов и т. д., релевантных теме работы, то контекст и дискурс нуждается в разграничении. По мнению Т. Дейка, контекст (в терминологии автора «контекстуальная модель») – «связующее звено» между дискурсом и общественными процессами, в нашем случае, касающимися внешнеполитической повестки (см.: Van Dijk, 2009). Иными словами, контекст – информационное поле, сформированное для продвижения, обсуждения и осуждения основных общественно-политических проблематик в рамках того или иного общества. Дискурсом же, с точки зрения П. Серио, является конструкт, воздействующий на читателя в рамках той или иной ситуации (см.: Серио, 1999: 27). Следовательно, контекст – информационное поле общественной темы, дискурс – смыслы в рамках обозначенного информационного поля, а текст (семантика дискурса) – инструмент коммуникации, раскрывающий в «правильном» ключе смысл (дискурс).

Последние два параметра матрицы не несут какой-либо описывающей информационный поток нагрузки, а, скорее, являются необходимыми для серьезного исследования составляющими: дата публикации единицы анализа и ссылка на нее.

<sup>9</sup> Словарь поисковых запросов: [https://docs.google.com/spreadsheets/d/1cwZQicHDEXXZuM1fA2Xir4\\_X7GeJF\\_O9DNaGAEN7do1A/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1cwZQicHDEXXZuM1fA2Xir4_X7GeJF_O9DNaGAEN7do1A/edit?usp=sharing) (Лист 3).

### Результаты исследования

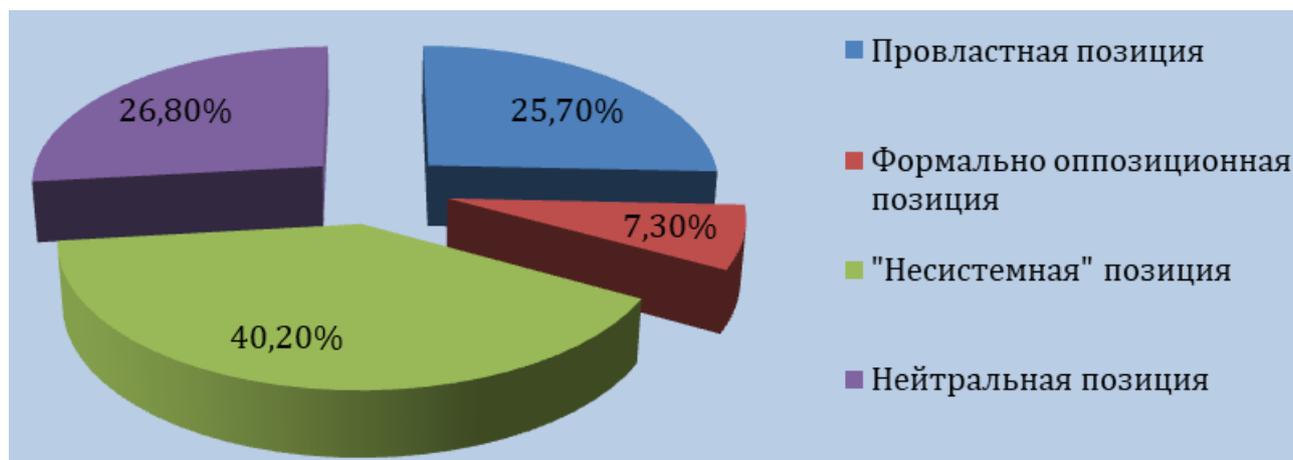


Рис. 1. Политическая позиция единицы анализа  
Fig. 1. Political position of the unit of analysis

Исходя из данных, представленных на рис. 1, большая часть медийных акторов, продуцирующих внешнеполитический, следовательно, и протестный контент, относится к «несистемной» оппозиции. Связано это, с нашей точки зрения, с тем, что их полулегальное положение хотя и ослабляет их влияние на реальную внутриполитическую повестку в РБ, но дает более широкие, не ограниченные негласными «правилами игры», возможности в медийном, особенно сетевом пространстве, в отличие, например, от формально оппозиционного блока (у которого ситуация диаметрально противоположная), представленного на данной диаграмме незначительными показателями. В отношении, равном примерно  $\frac{1}{4}$  от общего числа представлены нейтральные и провластные продуценты внешнеполитического контента. Логично отметить, что нейтральные сообщества, не касающиеся политической тематики, используют внешнеполитическую проблематику, поскольку в послед-

нее время, особенно в контекстах Минской протестной волны декабря 2019 года, активации дискурса вокруг ускорения интеграционного процесса в рамках Союзного государства, а также украинских событий, именно внешнеполитический дискурс необходим для увеличения медийного охвата, нахождения в общебелорусском информационном тренде и для привлечения новых целевых аудиторий. Провластные политические акторы (в первую очередь, «пролукашенковские» политические силы) в медийном пространстве «продвигают» свои интересы, в том числе и в отношении их внешнеполитической стратегии. Однако относительно небольшая их представленность во внешнеполитическом дискурсе страны объясняется тем, что в медийном менеджменте данных продуцентов основной акцент делается на традиционные СМИ, так как у них в данном сегменте медиа несравнимо широкая по сравнению с иными политическими акторами ресурсная база.

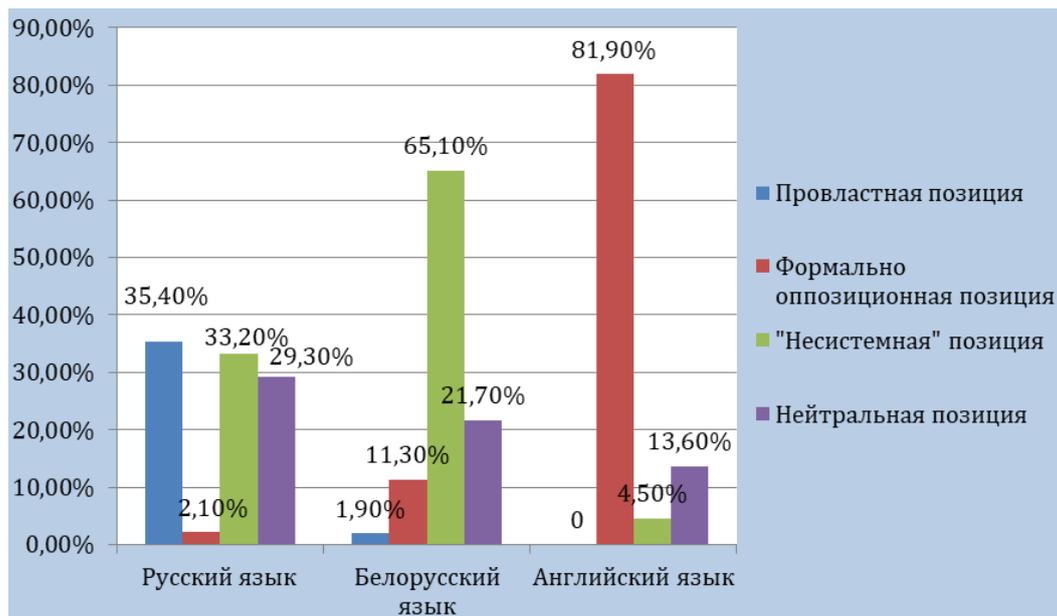


Рис. 2. Сопряжение языковых особенностей и политической позиции единицы анализа  
 Fig. 2. Ratio of linguistic features and political position of the unit of analysis

Как видно на рис. 2, русский язык является равно популярным для провластных, оппозиционных (формальных) и нейтральных сообществ. Это говорит о том, что русский язык – язык не только пророссийского дискурса, а универсальное средство коммуникации для всего политического пространства РБ. Белорусский язык является языком коммуникации преимущественно «несистемной» оппозиции.

Связано это с тем, что данная политическая сила нацелена на культурное, историческое и политическое обособление от РФ, как от фактора, по их мнению, препятствующего окончательному формированию белорусской национальной идентичности. Английский язык наиболее популярен у формальной оппозиции, поскольку, как отмечалось выше, условно данный сегмент оппозиции является прозападным.

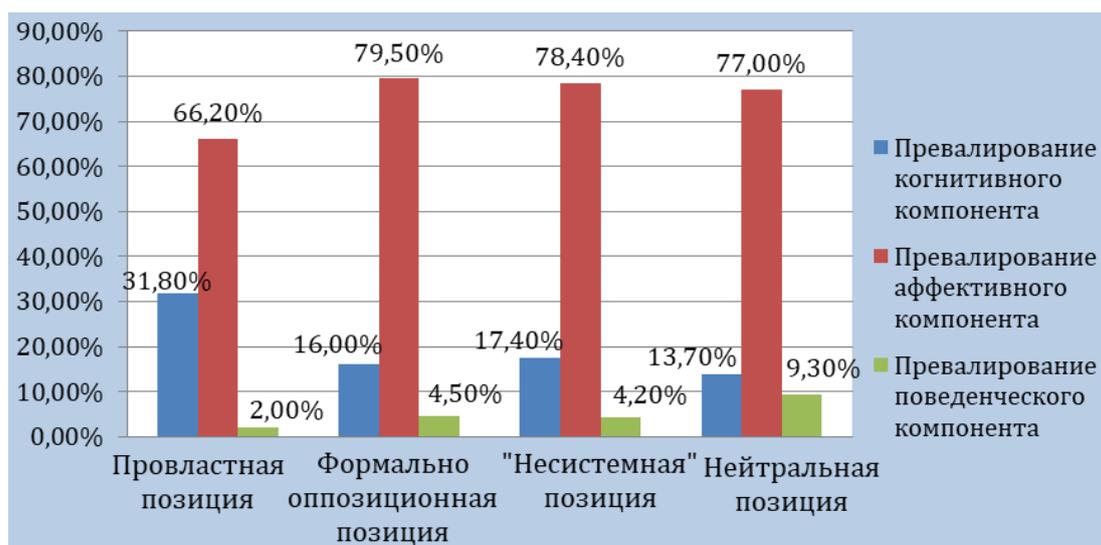


Рис. 3. Сопряжение политической позиции и содержательных особенностей единицы анализа

Fig. 3. Ratio of political position and content features of the unit of analysis

С нашей точки зрения, английский язык в данном случае является некоторым антиподом, альтернативной языковой политикой и цивилизационной принадлежностью политических сил и поддерживающих их слоев населения.

Превалирование аффективного компонента во всех секторах политического

ландшафта РБ объясняется высоким уровнем манипулятивной составляющей при формировании и поддержании той или иной внешнеполитической установки. Уверены, что подобная картина сохранится до тех пор, пока не будет разработана медийная стратегия, построенная на иных принципах и механизмах достижения целей.

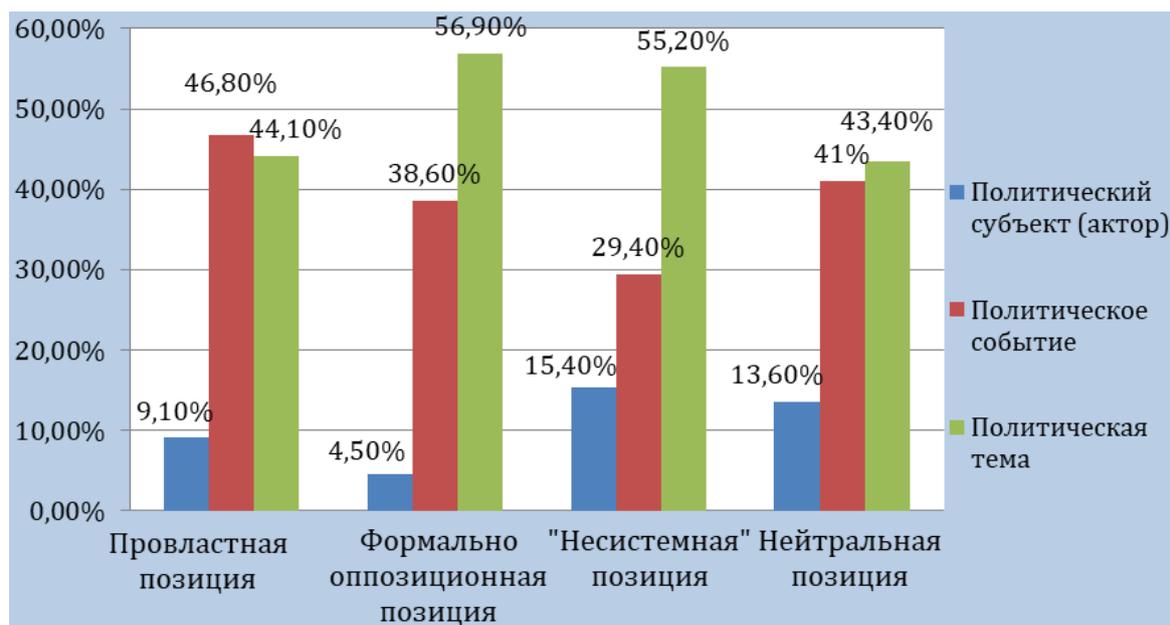


Рис. 4. Сопряжение политической позиции и тематических особенностей единицы анализа  
 Fig. 4. Correlation of political position and thematic features of the unit of analysis

Анализируя рис. 4, следует отметить, что во всех секторах политического ландшафта РБ преобладает политическая тема и политическое событие. Повестка, которая стала основой для медийного менеджмента политических акторов, тесно связана с теми или иными событиями (например, встречи В.В. Путина и А.Г. Лукашенко) и темами (глубина интеграции между РБ и РФ), носящими антироссийский характер, что и объясняет их популярность в использовании политическими силами в контексте подготовки протестной волны и ее реализации. Кроме того, с нашей точки зрения, именно данные значения тематического параметра способны влиять на внут-

риполитическую повестку, и абсолютно логично, что в рамках конкуренции политические силы используют такие темы и события, грань между которыми зачастую сложно определить. Исходя из этого, именно политические темы и события будут эксплуатироваться политическими акторами. Отдельно хотелось бы отметить, что наибольшую долю «политический субъект» занимает именно в «несистемном» секторе РБ, что свидетельствует как раз о формировании национального «пантеона героев» и, скорее всего, сегмент, связанный с политическим субъектом, в медийном менеджменте политических сил РБ будет только расти.

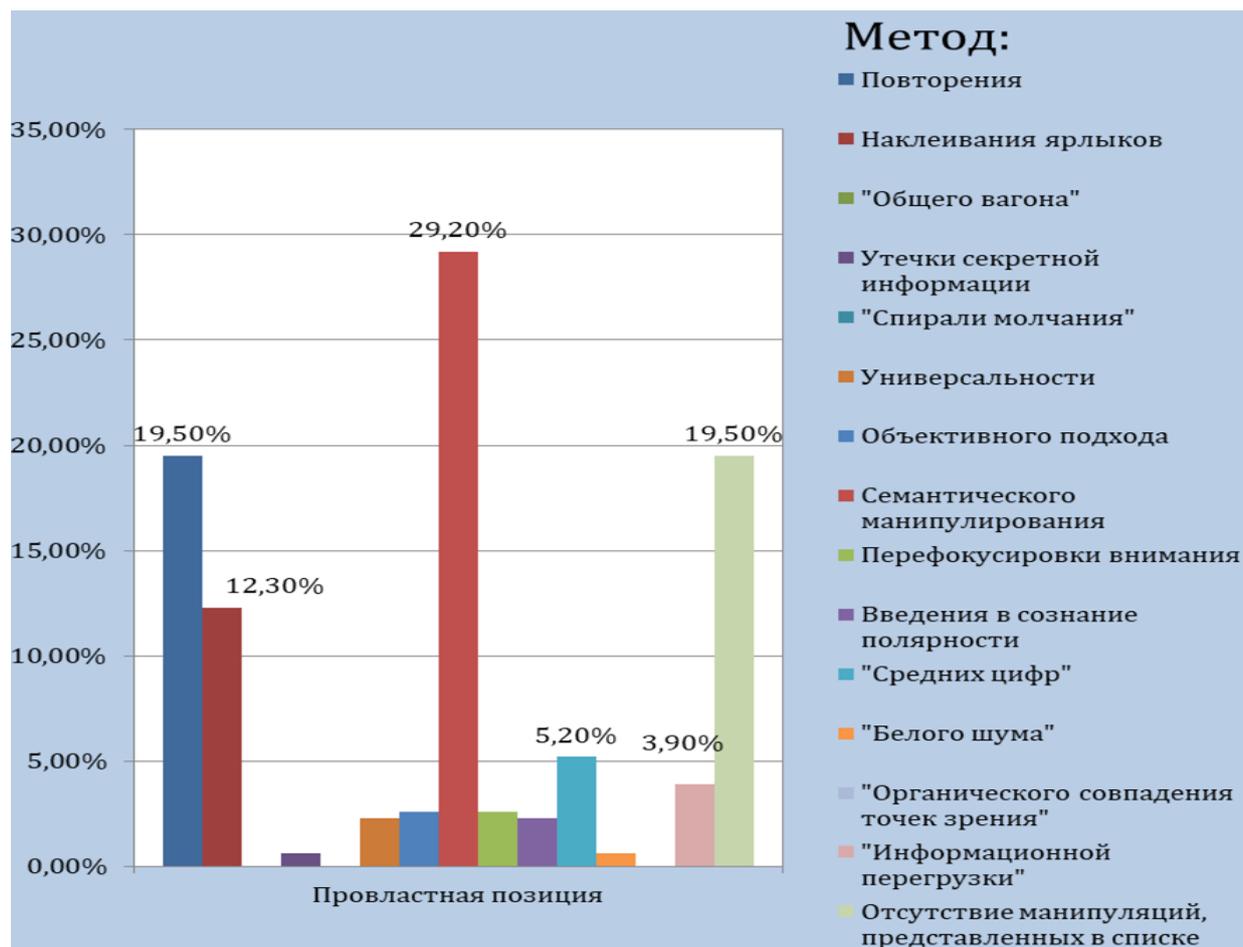


Рис. 5. Манипулятивные особенности провластных единиц анализа  
 Fig. 5. Manipulative features of pro-government units of analysis

Наиболее подробно медийный менеджмент политических акторов характеризуют методы, которые они применяют для достижения собственных целей. Данные (рис. 5) указывают на то, что методическая база провластного медийного менеджмента состоит по большей части из трех основных методов: метода семантического манипулирования, метода повторения и метода наклеивания ярлыков, что уже объяснялось выше их простотой и эффективностью.

Формально оппозиционные политические организации используют более обширный набор методов, чем их провластные коллеги (рис. 6); несмотря на это, их представленность в сетевом пространстве РФ чрезвычайно мала. Возможно, это связано с неудачным выбором площадок для медийного менеджмента, каналов коммуникации или же с имиджем оппозиционных политических партий, сложившимся в обществе и неподдающимся корректировке даже с помощью грамотной медийной политики.

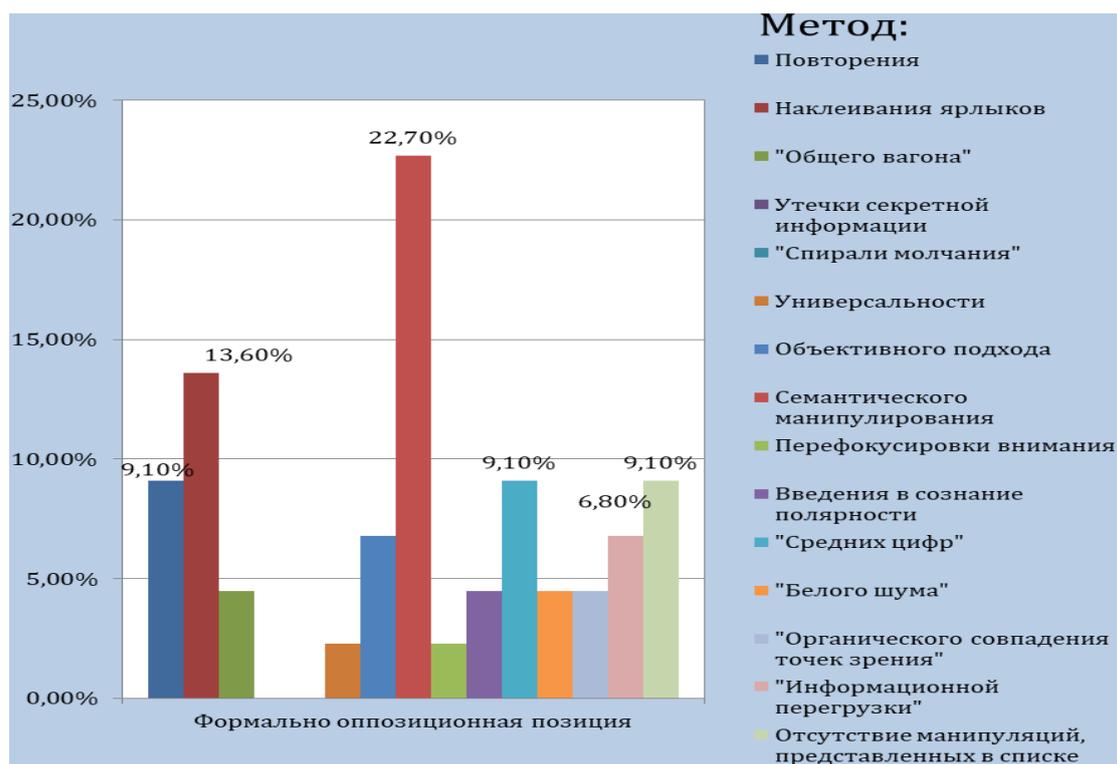


Рис. 6. Манипулятивные особенности формально оппозиционных единиц анализа  
 Fig. 6. Manipulative features of formally oppositional units of analysis

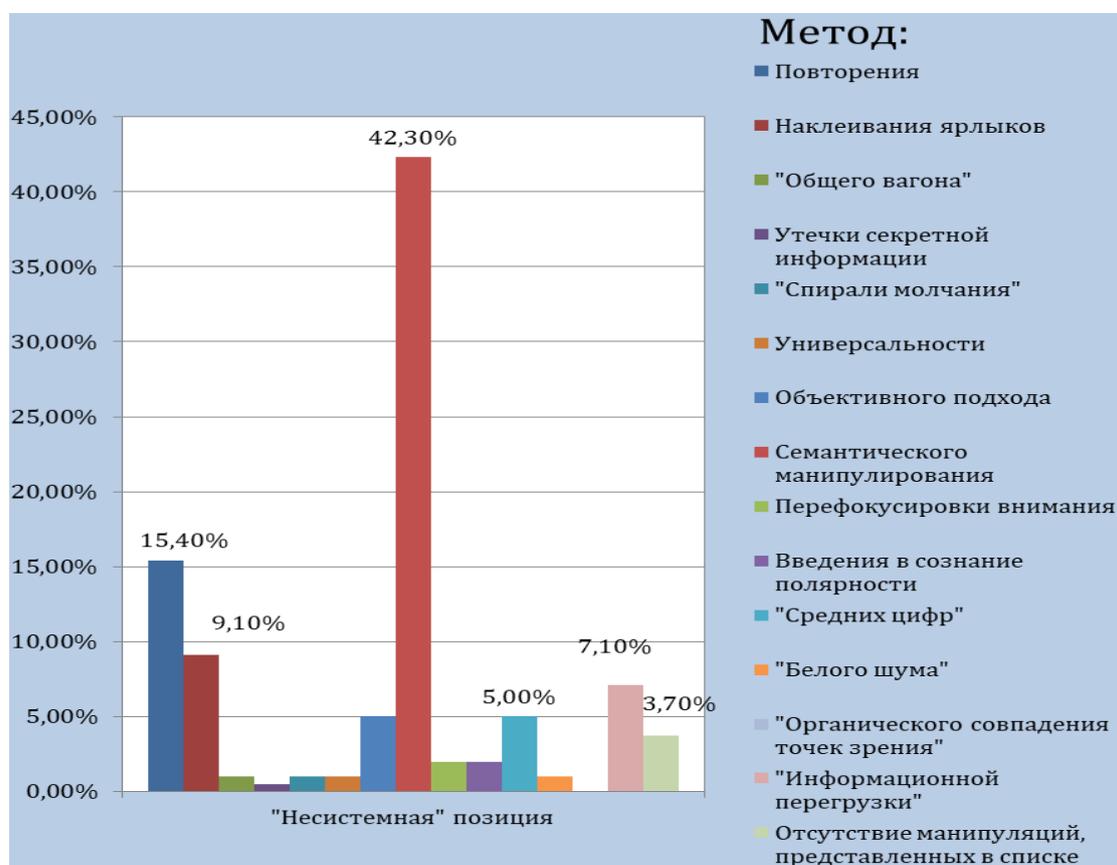


Рис. 7. Манипулятивные особенности «несистемных» оппозиционных единиц анализа  
 Fig. 7. Manipulative features of "non-systemic" oppositional units of analysis

Ведущим методом, согласно данным, представленным на рис. 7, в медийной политике «несистемной» оппозиции является метод семантического манипулирования, который можно признать наиболее эмоциональным и который занимает практически половину контента, продуцируемого «несистемниками». Возможно, это связано, как отмечалось ранее, с тем, что в своем медийном менеджменте неформальная оппозиция, являющаяся маргинализованной в институциональном поле РБ, не ограничена «правилами игры». Как видно из представленных диаграмм, методологические особенности медийного менеджмента провластных и оппозиционных политических сил не отличаются. Скорее всего, это объяснимо общими условиями политической и медийной среды, в которой реализуются информационные стратегии тех или иных политических сил, и, соответственно, до тех пор, пока данные условия не изменятся, не изменится и соотношение данных методов в релевантном информационном потоке.

### Группировки и анализ данных

В процессе работы с сервисом IQ BUZZ нами было создано три рубрики, с нашей точки зрения, наиболее интересных в рамках данного исследования, а именно «Пророссийская позиция», «Антияросийская позиция», «Самобытная позиция». Поскольку нами была использована демоверсия данного сервиса, то вес информационного потока равен 15 000 сообщений (по 5000 сообщений на каждую рубрику). Так как все три рубрики релевантны протестной тематике (внешнеполитический дискурс – ключевой в изучаемой протестной волне), то представленные ниже данные являются средним арифметическим трех упомянутых рубрик.

### Источники информационного потока

Первым важным параметром, описывающим медийную архитектуру интересного для нас события, являются те социально-медийные платформы, которые использовались протестующими для масштабирования своих акций не только в онлайн-, но и в офлайн-пространстве.

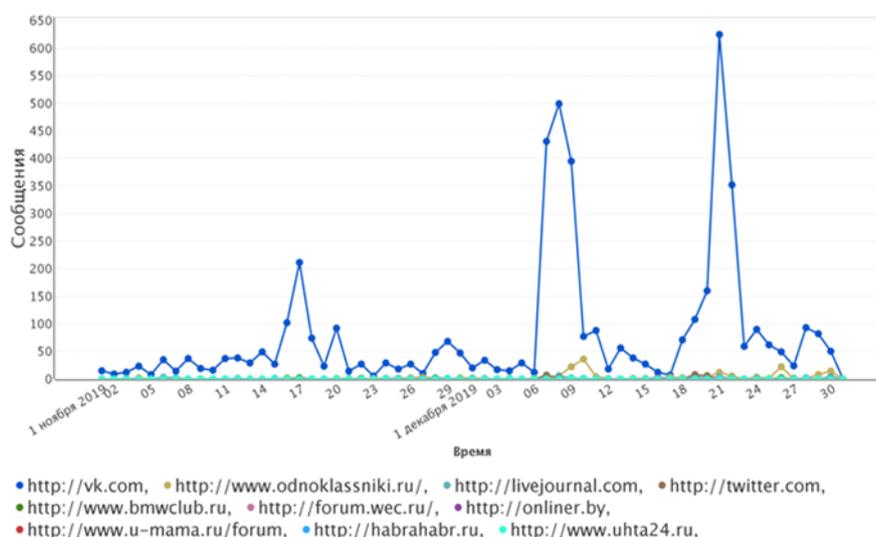


Рис. 8. Блогхостинги, продуцирующие информационный поток в Беларуси в декабре 2019 г.  
 Fig. 8. Blog hosting sites producing information flow in Belarus in December 2019.

Как видно из графика, представленного на рис. 8, основными каналами коммуникации между протестующими и «сочувствующими» являются «ВКонтакте» и «Одноклассники». Данная ситуация, скорее

всего, связана с тем, что данные социальные сети – самые популярные в РБ, и политические акторы, стремящиеся к активному участию в политической жизни страны, используют именно эти платформы.

### Типы информационного контента

Целесообразно проанализировать типы контента, составляющие протестный информационный поток, что, с нашей точ-

ки зрения, помогает детально проанализировать структуру потока по его составным частям.

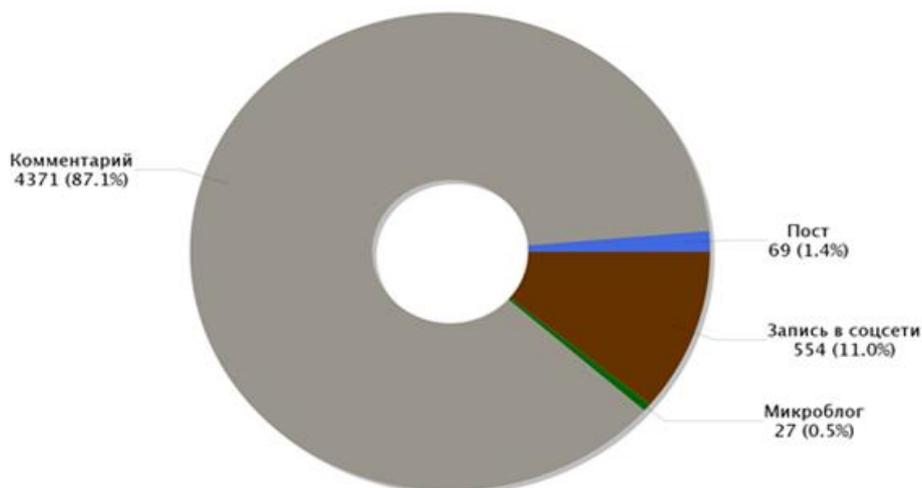


Рис. 9. Типы информационного контента в Беларуси в декабре 2019 г.  
Fig. 9. Types of information content in Belarus in December 2019.

Рис. 9 показывает, что основным структурным элементом всего информационного потока является «комментарий», что говорит нам о наличии «социального вируса», возбуждающего интерес аудитории и, как следствие, воспроизводящего дискурс, выгодный лидерам протеста в социальных сетях. Следующими за «комментарием» элементами по параметру объема в протестном информационном потоке являются «запись в социальной сети» и «пост». Подчеркнем, что данные сегменты являются общей совокупностью, поскольку значительных различий между ними нет (разница лишь в объеме типа (пост значительно «тяжелее»), а платформа и функция – одинаковы). Именно они, с нашей точки зрения, являются источником «социального вируса» протестного характера, который и позволяет информационному потоку стать самовоспроизводящимся.

#### Авторы и блоги

Отметим, что авторы и блоги состоят из тех сообществ и аккаунтов политиче-

ских акторов, которые конкретизируют медийных агентов политических акторов. В информационной структуре протестной волны можно выделить факт того, что главными продуцентами контента являются лидеры «несистемной» оппозиции (например, NEXTA). Кроме того, примечателен идеологический спектр протестов в РБ: протестный контент в первом случае продуцировали сообщества не только либерального толка, но и национально ориентированного, и даже некоторые «левые», находящиеся в оппозиции к «пролукашенковскому» партийному блоку.

#### Семантическое ядро информационного потока

Логично также проанализировать семантическое ядро протестов, изучаемых в рамках данного исследования. С его помощью можно выявить повод и причины (помимо внешнеполитического фактора), которыми объясняется волновой (повторяющийся) характер протестов.

Таблица 2. Семантическое ядро протестной волны в Беларуси в декабре 2019 г.  
 Table 2. Semantic core of the protest wave in Belarus in December 2019

| Семантическое ядро / Semantic core | Количество сообщений / Number of messages |
|------------------------------------|---|
| Россия                             | 4031                                      |
| Акция                              | 2939                                      |
| Минск                              | 2889                                      |
| Площадь                            | 2632                                      |
| Страна                             | 2507                                      |
| Путин                              | 2482                                      |
| Лукашенко                          | 2418                                      |
| Независимость                      | 2414                                      |
| Участник                           | 2026                                      |
| Сотрудник                          | 2018                                      |
| Центр                              | 1909                                      |
| Заявить                            | 1891                                      |
| Российский                         | 1880                                      |
| Милиция                            | 1848                                      |
| Свобода                            | 1835                                      |

В РБ дискурс, связанный с протестными акциями, носит ярко выраженный внешнеполитический характер, что уже не раз отмечалось нами выше. Весомая часть ключевых слов относится так или иначе к теме «углубления интеграции», что, на наш взгляд, является поводом для протестов. Но есть и слова (например, «свобода»), которые отражают причину акций, а именно авторитарность политического режима А. Лукашенко.

Влияние информационного потока на протестные волны мы будем рассматри-

вать с помощью анализа *динамики*. Динамика является ключевым параметром оценки эффективности функционирования медийной инфраструктуры протеста, так как именно совпадение пиковой активности информационного потока и офлайн-протеста является показателем взаимосвязи медийного и массового протеста. Соответственно, чем больше пиковых совпадений и чем они более выражены, тем степень взаимосвязи крепче, а медийная инфраструктура функционирует лучше.

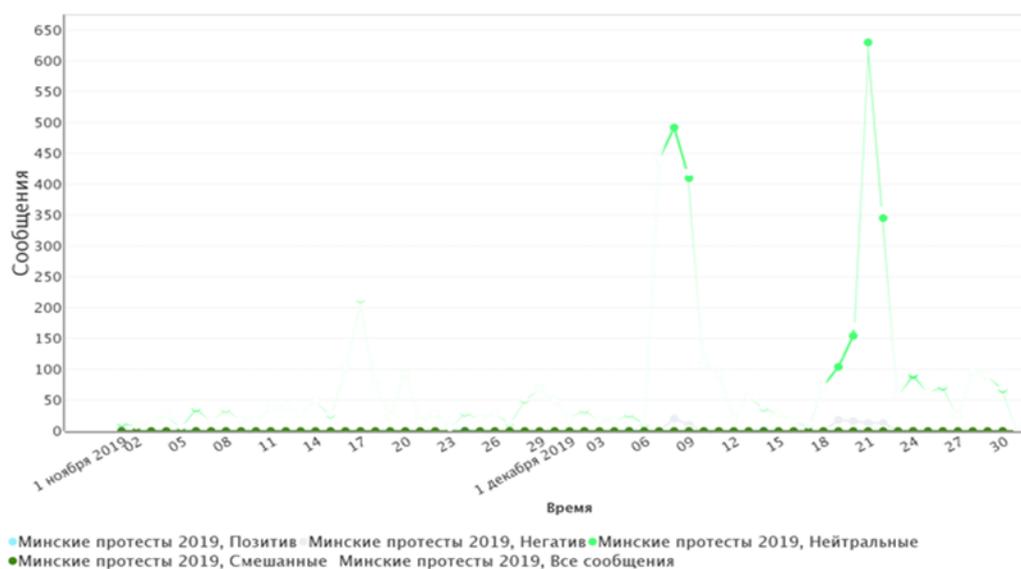


Рис. 10. Динамика информационного потока Минских протестов  
 Fig. 10. Dynamics of the information flow of the Minsk protests

Как видно из графика (рис. 10), пиковые показатели приходятся на дни протестов в РБ, а именно на 7 и 21 декабря. Однако стоит отметить, что массовые акции в этот период в Минске носили двухдневный характер, и «пики» приходятся именно на вторые дни. Отсюда логично сделать вывод о том, что медийная инфраструктура нацелена скорее на рефлексию событий и через нее на формирование негативного образа руководства страны, заключающего в имиджевой модели «предателя», а не на мобилизацию протестной аудитории. Данный тезис подтверждают послепиковые показатели графика: кривая идет вниз более «спокойно», что говорит о серьезном «цифровом следе», оставленном массовыми акциями. Более того, митинг, проходивший 29 декабря, практически не выражен на графике. Отсюда можно выявить следующую тенденцию, также подтверждающую высказанный выше тезис: высота «пика» коррелируется с количеством участников протестных акций. Например, самые многочисленные митинги проходили именно 20 и 21 декабря, самые «пиковые» дни в медийном пространстве – также 21 и 22 декабря, а 29 декабря, практически не обозначенный в информационном

пространстве протеста, был самым малочисленным из всей волны.

В качестве резюме хотелось бы отметить, что медийная инфраструктура протестной волны исследуемого нами кейса в целом соответствует характеристикам протестной архитектуры в сетевой среде иных кейсов на постсоветском пространстве: превалированию эмоционального компонента, преобладанию политической темы и политического события, стремлению реализовать протестный потенциал разнообразных масс и акцентированию протестной повестки на внешнеполитической ситуации. Однако стоит подчеркнуть, что в отличие от предшествующих кейсов, белорусская протестная волна имеет существенное отличие: если ранее ведущую роль в протестной активности занимали формальные политические акторы, то в исследуемом нами кейсе лидером протеста, мобиливающим протест и транслирующим его ценности в сетевом пространстве, являются акторы, не входящие в институциональную политическую систему страны.

На наш взгляд, настоящее исследование имеет широкие перспективы. В первую очередь, социально-медийный анализ в силу ограниченности его весового параметра

из-за демоверсии используемого сервиса выделяет не все метрики релевантного информационного потока, которые можно дополнить в рамках расширенной версии данного инструмента и скорректировать их. А во-вторых, особый интерес для нас представляет более подробный портрет потребителей контента и медийных агентов, продуцирующих его в сетевом пространстве РФ.

### Литература

Василенко, И.А., Титаренко, Л.Г., Абасы, М. Политические ценности демократии в России, Беларуси и Польше: сравнительный анализ // *Власть*. 2015. Т. 23. № 7. С. 170-177.

Володенков, С.В. Современная политическая коммуникация как инструмент манипулирования общественным сознанием // *Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки*. 2012. № 5. С. 89-103.

Горбунова, О.Н., Горбунова, Ю.И. Информационная инфраструктура: современная сущность, подотрасли, ее составляющие // *Социально-экономические явления и процессы*. 2014. № 2 (060). С. 14-24.

Интернет-технологии мобилизации политического протеста (на примере Евромайдана) / Бродовская, Е.В., Домбровская, А.Ю., Азаров, А.А., Фильченков, А.А., Абрамов, М.В., Карзубов, Д.Н. // *Среднерусский вестник общественных наук*. 2016. Т. 11. № 4. С. 45-56.

Лебон, Г. Психология народов и масс / пер. с фр. А. Фридмана, Э. Пименовой. 3-е изд. М.: Академический проект, 2015. 239 с.

Левин, А.В. Сравнительный анализ формирования политических систем России и Беларуси: политическое устройство, организация президентской власти, влияние партий на государственные решения // *Вопросы национальных и федеративных решений*. Т. 9. № 10 (55). 2019. С. 1672-1681.

Никулин, Е.Р., Шубин, А.Е. Специфика перехода интернет-мема в пространство реального политического протеста (на примере протестных акций в России в 2017-2018 гг.) // *Скиф. Вопросы студенческой науки*. 2019. № 5-1 (33). С. 470-477.

Ортега-и-Гассет, Х. Восстание масс // *Хосе Ортега-и-Гассет. Эстетика. Философия культуры* / вступ. ст. Г.М. Фридендера; сост. В.Е. Багно. М.: Искусство, 1991. С. 309-349.

Рейнгольд, Г. Умная толпа: новая социальная революция / пер. с англ. А. Гарькавого. М.: Фаир пресс, 2006. 416 с.

Серио, П. Как читают тексты во Франции // *Квадратура смысла. Французская школа анализа дискурса*. М.: Прогресс, 1999. С. 14-53.

Финальный аккорд: III волна исследования политизации социальных сетей Интернета / Лымарь, Е.М., Федорченко, С.Н., Белюстин, А.А., Федорченко, Л.В. // *Журнал политических исследований*. 2018. Т. 3. № 2. С. 84-110. [Электронный ресурс] URL: <https://vestnik.astu.org/temp/f29bebf0e30a28c199406a80923fcbf.pdf> (дата обращения: 10.12.2020).

Чурашова, Е.А. Дискурсивные стратегии политической коммуникации в кризисной ситуации: автореф. дис. ... канд. полит. наук. Казань, 2013. 21 с.

Castells, M. *The Rise of the Network Society. Information Age: Economy, Society, and Culture*. Vol. 1. 2nd Edition with a New Preface edition. WileyBlackwell, 2009. 656 p.

Smith, M.B. The personal setting of public opinions: a study of attitudes toward Russia // *Public Opinions Quarterly*. 1947. № 11. P. 507-523.

Thelwall, M., Buckley, K., Paltoglou, G. Sentiment strength detection in short informal text // *Journal of the American Society Science and Technology*. 2010. Vol. 61, № 12. P. 163-173.

Van Dijk, Teun, A. *Society and discourse: How social contexts influence text and talk*. Cambridge University Press, 2009. 287 p.

### References

Brodovskaja, E. V., Dombrovskaja, A. Ju., Azarov, A. A., Fil'chenkov, A. A., Abramov, M. V. and Karzubov, D. N. (2016), "Internet technologies of political protest mobilization (on the example of Euromaidan)", *Central Russian Journal of Social Sciences*, 11 (4), 45-46 (in Russ.).

Castells, M. (2009), *The Rise of the Network Society. Information Age*, vol. 1; 2nd Edition with a New Preface edition. WileyBlackwell.

Churashova, E. A. (2013), "Discursive strategies of political communication in a crisis situation", Abstract of Ph.D. dissertation, Kazan State Power Engineering University, Kazan, Russia (in Russ.).

Gorbunova, Ju. I., Gorbunova, O. N. (2014), "Information infrastructure: modern essence, sub-sectors of its components", *Social-*

*Economic Phenomena and Processes*, 2 (060), 14-24 (in Russ.).

Le Bon, G. (2015), *Psikhologiya narodov i mass* [Psychology of peoples and masses], Translated by Fridman, A., Pimenova, E., 3rd ed., Akademicheskii proekt, Moscow, Russia (in Russ.).

Levin, A. V. (2019), "Comparative analysis of the formation of political systems in Russia and Belarus: political structure, organization of presidential power, influence of parties on state decisions", *Questions of national and federal relations*, 9 (10), 1672-1681 (in Russ.).

Lymar' E. M., Fedorchenko, S. N., Beljustin, A. A. and Fedorchenko, L. V. (2018) "Final chord: The third wave of research on the politicization of Internet social networks", *Journal of Political Research*, 3 (2), 84-110 (in Russ.) [Online], available at: <https://vestnik.astu.org/temp/f29bebf0e30a28c199406a80923fcfb.pdf> (Accessed 10 December 2020).

Nikulin, E. R., Shubin, A. E. (2019), "The specifics of the transition of an Internet meme into the space of a real political protest (on the example of protest actions in Russia in 2017-2018)", *Skif. Voprosy studentcheskoj nauki* [Scythian. Questions of students' science], 5-1 (33), 470-477 (in Russ.).

Ortega y Gasset, J. (1991), "Revolt of the masses", *Jestetika. Filosofiya kul'tury* [Aesthetics. Philosophy of culture], Iskustvo, Moscow, Russia, 309-349 (in Russ.).

Rheingold, H. (2006), *Umnaja tolpa: novaya social'naya revoljucija* [Smart mobs: The next social revolution], Translated by Gar'kaviy, A., GRAND, Fair press, Moscow, Russia (in Russ.).

Serio, P. (1999), "How texts are read in France", *Kvadratura smysla. Francuzskaja shkola analiza diskursa* [Quadrature of meaning. French School of Discourse Analysis], Progress, Moscow, Russia, 14-53 (in Russ.).

Smith, M. B. (1947), "The personal setting of public opinions: a study of attitudes toward Russia", *Public Opinions Quarterly*, 11, 507-523.

Thelwall M., Buckley K. and Paltoglou G. (2010), "Sentiment strength detection in short informal text", *Journal of the American Society Science and Technology*, 61 (12), 163-173.

Van Dijk and Teun A. (2009), *Society and discourse: How social contexts influence text and talk*, Cambridge University Press.

Vasilenko, I. A., Titarenko, L. G. and Abassy, M. (2015), "Political values of democracy in Russia, Belarus and Poland: a comparative analysis", *Vlast', Politicheskie nauki* [Power. Political science], 23 (7), 170-177 (in Russ.).

Volodenkov, S. V. (2012), "Modern political communication as a tool for manipulating public consciousness", *Bulletin of Moscow University, Series 12. Political Science*, 5, 89-103 (in Russ.).

*Информация о конфликте интересов: авторы не имеют конфликта интересов для деклараций.*

*Conflict of Interests: the authors have no conflict of interests to declare.*

#### **ОБ АВТОРАХ:**

**Домбровская Анна Юрьевна**, доктор социологических наук, доцент, заместитель заведующего кафедрой по научной работе, кафедры социально-политических исследований и технологий, факультет прикладной политологии, Институт истории и политики, Московский педагогический государственный университет, ул. М. Пироговская, д. 1, стр. 1, Москва, 119991, Россия; [au.dombrovskaya@mpgu.su](mailto:au.dombrovskaya@mpgu.su)

**Никулин Егор Романович**, студент Института истории и политики, Московский педагогический государственный университет, ул. М. Пироговская, д. 1, стр. 1, Москва, 119991, Россия; [egor.nikulin.98@bk.ru](mailto:egor.nikulin.98@bk.ru)

#### **ABOUT THE AUTHORS:**

**Anna Yu. Dombrovskaya**, Doctor of Sociology, Associate Professor, Deputy Head of the Department of Scientific Work, Institute of History and Politics, Moscow State Pedagogical University, 1/1 M. Pirogovskaya St., Moscow, 119991, Russia; [au.dombrovskaya@mpgu.su](mailto:au.dombrovskaya@mpgu.su)

**Egor R. Nikulin**, Student of the Institute of History and Politics, Moscow State Pedagogical University, 1/1 M. Pirogovskaya St., Moscow, 119991, Russian Federation; [egor.nikulin.98@bk.ru](mailto:egor.nikulin.98@bk.ru)