

КНЫЖОВА Зарина Закиевна — кандидат политических наук, доцент Саратовской государственной юридической академии (410056, Россия, г. Саратов, ул. Вольская, 1; knuzhova@mail.ru)

СУСЛОВ Иван Владимирович — кандидат социологических наук, доцент Саратовской государственной юридической академии (410056, Россия, г. Саратов, ул. Вольская, 1; suslov85@inbox.ru)

ПОТЕНЦИАЛ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПОЛИТИЧЕСКОЙ МОБИЛИЗАЦИИ В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ: ОБЗОР ЭМПИРИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ В МИРОВОМ И РОССИЙСКОМ КОНТЕКСТЕ

Аннотация. В статье рассматривается комплекс научных публикаций (преимущественно периода 2012–2018 гг.) на тему «Роль цифровых технологий в развитии протестной активности в России и мире». Статья позволяет получить представление о современных методах и источниках политологического изучения роли Интернета. Отмечается различие в научных подходах зарубежных и отечественных исследователей и влияние опыта российского оппозиционного движения 2011/2012 г. на научный дискурс *Internet-study*. Западные исследователи в основном сосредоточились на определении качественных отличий традиционных и новых медиа в контексте политических конфликтов в странах третьего мира. Российские ученые в период политической стабильности второй половины 2010-х рассматривают скрытые механизмы манипулирования, социализации и повышения гражданской сознательности в цифровом пространстве.

Ключевые слова: политический протест, новые медиа, цифровизация политики, политизация интернет-пространства, политическая активность

«Из всех искусств для нас важнейшим является кино», — говорил Ленин. В современном мире на место кино, без сомнений, претендует Интернет, и интерес к его роли в политическом процессе по мере цифровизации общества будет лишь возрастать. В настоящем исследовании предполагается обратиться к изучению роли Интернета в политической мобилизации, оставив в стороне вопросы о функционировании электронного правительства и аналогичной демократии.

Желая минимизировать риски протестной активности, а также оградить российское общество от деятельности террористических организаций как минимум, как максимум — ограждая общество от «оранжевой» угрозы, государство приступило к практической формулировке инструментов воздействия на Интернет. В недавнем прошлом можно было наблюдать наделение Роскомнадзора возможностью досудебной блокировки сайтов, конфликт по поводу запроса ФСБ о передаче ключей шифрования платформы *Telegram*, принятие закона о «суверенном Интернете» и т.д.

Что первично — Интернет или протест? Над этим вопросом политологи бьются с той же серьезностью, что и философы над другой известной апорией. Эмпирические изыскания за последнее десятилетие показывают противоречивые результаты. Велик соблазн оставить вопрос о первичности в стороне, но делать этого не стоит, поскольку подобная постановка проблемы позволяет дать объяснение механике Арабской весны и движения Белых лент, роли информационных технологий в избирательном процессе и политической сфере демократических и авторитарных стран.

Цифровая мобилизация в мировом и российском контексте

Возможности мобилизации общества с помощью новых информационных

технологий одним из первых описал Говард Рейнголдс, предложивший концепцию умной толпы [Rheingold 2002]. В 1990-е гг. в Японии и Финляндии были апробированы методы координации действий фанатов рок-звезд и других знаменитостей. Толпы подростков, будучи оповещенными через СМС, собирались в указанных местах, чтобы наслаждаться видом своих кумиров.

Д. Гарсиа и Г. Ловинк в 1996 г. предложили термин «тактические медиа», мобилизующие аудиторию на участие в политических кампаниях и позволяющие создать сеть «антиподчинения». «Тактические медиа» способствовали организации протестных акций в отношении глобальных организаций (*G8, G20, WTO*), корпораций (*Microsoft, Pepsi, Nike* и др.) [Мельник 2014: 133].

В 2001 г. на Филиппинах с помощью текстовых сообщений был организован митинг против коррупции, и действующий президент в скором времени подал в отставку. В 2005 г. активисты массовых беспорядков во Франции призывали с помощью интернет-сообщений своих сторонников выходить на улицу. Во время студенческих протестов в Чили в 2006 г. блоги использовались как инструмент рекрутинга, а в Кишиневе в 2009 г. — уже и микроблоги Твиттера. Для протестующих в Египте в период Арабской весны, как выяснил З. Туфекси, основным инструментом получения информации стал Фейсбук [Tufekci, Wilson 2012].

Активное использование интернет-пространства для политических, в т.ч. предвыборных, кампаний начинается с 2008 г. — в период предвыборной гонки в США между Б. Обамой и Д. Маккейном. В 2013 г. итальянское движение *Movimento 5 Stelle* проводило агитацию исключительно в виртуальном пространстве, что привело к получению 17% мест в парламенте.

Одной из форм политизации медиасферы являются «партизанские» средства массовой информации (например, блоги), ангажированные определенными политическими силами [Baum, Groeling 2008]. Исследование кросс-идеологического контента социальных сетей на примере Твиттера показало, что сторонники консерватизма чаще обращаются к блогам, а либерализма — к традиционным СМИ [Himmelboim, McCreery, Smith 2013].

На серьезное влияние Интернета на политические события в России обратили внимание во время протестных движений 2011/2012 г. Исследования показали, что социальные сети сыграли важную роль в информировании граждан о протестных митингах. До 70% опрошенных участников митингов и демонстраций отмечали, что узнали о дате и месте сбора благодаря Интернету [Волков 2012; Римский 2013].

Е. Драчева и А. Щербак указывали на связь между уровнем проникновения Интернета и числом протестов в российских регионах [Драчева, Щербак 2012]. Однако корректность методологии их исследования под вопросом, т.к. учитывалось не число протестующих, а число протестов. Таким образом, своеобразие российского научного дискурса в первой половине 2010-х заключалось в определении Интернета как первопричины протестной мобилизации.

Казалось бы, взаимосвязь очевидна. Использование Интернета позволяло мобилизовать политический протест. Российские политики, журналисты, активисты, политологи и другие, обратив внимание на данную корреляцию, поспешили сделать выводы о наличии причинно-следственных связей. Последствия оказались печальными для политики, науки и Интернета.

Российские исследователи спрашивали участников митингов, откуда они узнали о протестной акции, подсчитывали число протестов в российских регионах и сравнивали статистику оппозиционной деятельности с соответствующими данными об уровне интернетизации. Исследования, выполненные в рамках данной схемы, позволяли сделать прямолинейный вывод о полити-

ческой силе Интернета [Докука 2014; Гапич, Лушников 2014]¹, что вводило в заблуждение и активистов оппозиции, представляя упрощенное понимание социально-политической реальности, журналистов и власть, которая в алармистском ключе начнет разворачивать борьбу с Интернетом и в Интернете.

Политизация цифрового пространства в мировом контексте

Западные исследователи после массовых выступлений в Испании и с началом Арабской весны также обратились к изучению причин протестной мобилизации, и массовые опросы также выявили корреляцию между уровнем протестной деятельности и степенью распространенности Интернета. Однако, несмотря на очевидную связь между интернет-коммуникациями и политической мобилизацией, эмпирическое исследование С. Гонсалес-Бейлон, опросившей авторов твитов о протестах в Испании в 2011 г., показало, что твит-писатели активизировались только после начала протестов [Gonzalez-Bailon, Borge-Holthoefer, Moreno 2013]. Другими словами, на решение участвовать в протесте информация, полученная из Твиттера, повлиять не могла. Наличие у протестующего гражданина аккаунта в Фейсбуке и частота его использования оказались (по данным опроса, проведенного С. Валенцуэлой, А. Арриагадой и А. Шерманом) статистически менее значимым по сравнению с чтением газет, онлайн-новостей и просмотром новостных передач [Valenzuela, Arriagada, Scherman 2012].

Г. Волфсфельд, Э. Сегева, Т. Шефер в 2013 г. с помощью опроса определили, что число протестующих в 20 арабских странах зависело от популярности Интернета в этих странах. Однако оказалось, что более важной статистической зависимостью было не соотношение степени интернетизации и политической активности, а уровень коррупции. Повышение интереса к Интернету (в частности, к социальным сетям) являлось лишь следствием начала протестов [Wolfsfeld, Segev, Sheaffer 2013]. С. Цирель также отмечает, что накал протестов в арабских странах тем опасней, чем выше уровень безработицы среди молодежи, доля беззаботных с высшим образованием и доля дискриминируемых национально-религиозных групп [Цирель 2012].

Контент-анализ твитов о протестах в США, Испании и Греции, проведенный Я. Теокариосом, показал, что доля сообщений с призывом к активным действиям или организационной информацией ничтожно мала [Theocharis, Lowe, Deth 2014]. Эксперимент Е. Морозова, пытавшегося призвать датчан к участию в акции по защите фонтана в Копенгагене, показал, что никто из 27 тыс. «лайкнувших» призыв на митинг не явился [Morozov 2012]. Таким образом, зарубежные исследователи отказались от упрощенного тезиса о возможностях Интернета создавать протестные настроения.

В рамках исследования К. Фачса о предпочтениях и ожиданиях в отношении медиасреды [Fuchs 2015] большая часть респондентов критиковала доминирующие интернет-площадки за фейк-новости, «пузыри фильтров», политику

¹ «На первом этапе политической мобилизации активные и умеренно активные пользователи усваивают стереотипы поведения в виртуальных социальных сетях, становятся носителями клипового мышления. На втором этапе в период политической ангажированности они получают информацию зачастую из заведомо предвзятых источников, которая распространяется по горизонтальным каналам коммуникации. На третьем этапе формируются виртуальные протестные сообщества, где обсуждается политическая повестка дня. При этом число дружеских связей внутри таких групп возрастает, и, как следствие, она становится более солидаризованной независимо от политических убеждений. На четвертом этапе формируется дихотомия «мы—они», которая выступает в качестве смыслового элемента мотивации пользователей для перенесения протестной активности на улицу; усиление или, напротив, понижение давления на «мы» накладывает отпечаток на протестную активность. На пятом этапе протестная активность поддерживается в виртуальных сообществах, даже когда протестная акция завершена». По мнению А.Э. Гапича и Д.А. Лушникова, социальные сети представляют собой один из решающих катализаторов протестных процессов.

постправды, цифровой авторитаризм, онлайн-национализм. Исследователь идеалистически считает необходимым переход на формат «медленных» цифровых медиа, рассчитанных на рациональные дискуссии. Последние будут востребованы теми, кто испытывает ощущение усталости от интенсивности погружения в виртуальную активность.

Политическая роль цифрового пространства трактовалась более сложным образом. Анализ 300 тысяч ретвитов, сделанный Дж. Лотаном во время революций в Тунисе и Египте (2010–2011 гг.), показал, что сообщения обычных граждан были более популярны («ретвитабельны»), нежели твиты аккаунтов официальных СМИ [Lotan et al. 2011]. Результаты исследования позволяют говорить о создании сети межличностных контактов на платформе Твиттера и их преобладании, доминировании над официальными аккаунтами, предполагающими выстраивание вертикальных каналов передачи информации.

Опрос протестующих в Тунисе зарегистрировал высокую долю активных пользователей Интернета. А. Брейер, Т. Лэндман, Д. Фаркхар опросили 16 тунисских интернет-активистов и 437 интернет-пользователей и выяснили конкретные преимущества, которые получили протестующие благодаря использованию интернет-ресурсов. Во-первых, была преодолена информационная блокада вокруг протестных акций, выстроенная официальными СМИ, во-вторых, проведена эмоциональная мобилизация посредством фото- и видеодемонстраций жестокости власти, и таким образом удалось сформировать коллективную идентичность протестующих, в-третьих, было облегчено формирование межгруппового сотрудничества [Breuer, Landman, Farquhar 2015].

Новые медиа, в первую очередь социальные сети, являются одним из популярных предметов в исследовании политических коммуникаций. А. Келдераро отмечает их уникальное свойство – распространять информацию сквозь национальные границы через социальные, культурные и политические ниши, упрощая формы политического участия. Благодаря структуре социальных сетей производится самогенерируемое содержание, которое распространяется от одного пользователя к другому. Аудитория сама становится источником информации или же ее модератором [Calderaro 2018].

Является ли интернет-пространство новой формой политической коммуникации, или же это просто новое пространство для политики? Следует согласиться с А. Келдераро в том, что интернет-сети усиливают политическое звучание и гражданскую активность в сравнении с традиционными СМИ.

Политизация цифрового пространства в российском контексте

К 2014 г. отечественный научный дискурс разочаровался в политическом всемогуществе цифрового пространства, потенциально способного ликвидировать информационную монополию власти, контролирующей основные отечественные СМИ. Безусловно, признавая значение Интернета как информационного ресурса, российские исследователи достаточно скептически стали относиться к его способности создавать (а не просто информировать) протестный потенциал в обществе [Филатова 2014].

Ряд российских исследователей, например Е. Малик и Н. Орлова, рассматривают политический фактор интернетизации в традиционном государственноцентричном ключе. С одной стороны, они указывают на политическую инертность молодежи и возможность применения новых медиа в качестве инструментов активизации. С другой – Интернет выступает в качестве ресурса мобилизации для реализации государственных задач, а также ограждения молодежи от негативного влияния [Малик, Орлова 2018].

Ряд ученых отмечают, что политический интернет-контент достаточно примитивен, а мнение комментаторов онлайн-новостей не расходятся с позицией официальных СМИ. Так, Д. Волков и С. Гончаров в 2014 г. писали, что роль Интернета в распространении альтернативной информации преувеличена [Волков, Гончаров 2014]. Опрос москвичей показал, что оценка происходящего в стране у активных пользователей Интернета и телелюбителей существенно не различается. Напротив, оказалось, что интересующиеся новостями являются исковой социальной группой, требующей пристального изучения [Радина 2018; Кольцова, Киркиж 2016]. Необходимо изучать именно их настроения, мотивации, т.к. они и являются потенциальными участниками политических протестов.

Тезис о непосредственном влиянии комментирования онлайн-новостей на формирование мотиваций к политической мобилизации защищается в статье Н.К. Радиной [Радина 2018]. Непосредственные психологические механизмы воздействия на аудиторию в интернет-пространстве с целью повышения уровня оппозиционности вскрывают Т.В. Евгеньева и В.А. Губченко [Евгеньева, Губченко 2017]. Однако остается открытым вопрос об эффективности подобных манипуляционных воздействий. С целью решения данной теоретической проблемы З. Усманова проводит двойной анализ сообщений (в Телеграмме, социальных сетях, федеральных СМИ) о пожаре в ТЦ «Зимняя вишня» в Кемерово и проводит интервью с реципиентами данных новостей. Оказалось, что интернет-ресурсы способны дезинформировать граждан, вызвав сильный эмоциональный всплеск и деструктивную активность [Усманова 2018].

На сегодняшний момент от Интернета не ждут политических чудес, однако продолжают рассматривать его влияние на политическую культуру, которое трактуется как долгоиграющее и способное раскрыться в долгосрочной перспективе. Например, любопытный и важный термин «политический конденсат» был введен Н.А. Рябенко. Речь идет о накоплении в онлайн-пространстве политических интенций, которые способны проявиться в реальности, оформившись в лице новых акторов публичной политики, действующих уже офлайн [Рябенко, Гнедаш 2014].

Специфику пространства новых медиа Л. Казимирчик предлагает рассматривать через понятие политического бренда [Казимирчик 2014]. Постмодернистский подход автора позволяет отметить имманентность исследуемой среды: интернет-пространство порождает свою собственную политическую реальность, которая все больше существует в отрыве от действительности. Ключевой точкой коммуникации, где *online* и *offline* пересекаются, является предвыборный процесс.

В последние годы изучение процессов цифровизации политики совершило поворот к исследованию социализирующего значения Интернета [Мельникова 2017]. О виртуальном пространстве как месте формирования социальных ролей пишут Д. Балувев и Д. Каминченко. Активность в интернет-среде позволяет пользователям самоидентифицироваться, соглашаясь или занимая оппозиционную сторону [Балуев, Каминченко 2015].

Под цифровой политической социализацией понимаются процессы приспособления граждан к новым условиям электронного взаимодействия (с органами власти, организациями и между собой), усвоения культуры «гражданина цифрового общества». Цифровизация политического процесса предполагает появление и усвоение гражданами новых социально-политических ценностей, новых политических ролей. Итак, цифровизация может стать фактором изменения политической культуры в сторону индивидуализма, либерализации, осознания гражданами своей субъектности.

Таким образом, исследования интернет-ресурсов протестной мобилизации входят в мейнстрим современной политической науки как на Западе, так и в России. Политическая практика лишь актуализирует проблемы влияния цифровых технологий на формирование протестной деятельности.

Протестное движение «белоленточников» 2011–2013 гг. в России сыграло противоречивую роль в развитии отечественных *Internet-study*. С одной стороны, протестное движение подогрело интерес политологов к цифровым технологиям, с другой – политики и ученые не смогли избежать соблазна указать на социальные сети как первопричину оппозиционной активности, что предлагало явно упрощенный взгляд на социально-политическую активность. Тем не менее в указанный период, помимо уже стандартных к сегодняшнему моменту каналов мобилизации в виде социальных сетей, можно констатировать новый всплеск активности Твиттера, а также актуализацию каналов, ведущих *online*-трансляции.

Зарубежные исследователи, отказавшись от прямолинейного поиска корреляции между развитием Интернета и уровнем протестов, с помощью качественных методов (фокус-группы, интервью, дискурс-анализ блогов и твитов) сосредоточились на поисках отличий новых медиа цифрового пространства от традиционных СМИ.

Мейнстримом зарубежных исследований во второй половине 2010-х становится качественный анализ влияния Интернета на активизацию протестной деятельности в странах третьего мира. Еще одной сферой исследовательского внимания оставались технологические моменты политической активности новых медиа. Отечественные же ученые приступили к изучению влияния интернет-новостей на формирование оппозиционных настроений и выяснению социализирующей роли Интернета. Но преобладающая доля в исследовании виртуального политического пространства среди российских авторов остается за академическими темами (социализация, адаптация, идентификация, брендинг).

В заключение необходимо отметить еще одну черту исследований по рассматриваемой тематике, специфика которой напрямую связана с мировоззренческими и отчасти цивилизационными традициями исследователей. Это идеалистические представления о месте и качестве интернет-среды в изучаемых обществах. В российской версии Интернет – это инструмент проведения государственной политики, его функционирование предполагает следование обговоренным нормам и практикам. У зарубежных ученых иная крайность: интернет-пространство должно быть максимально рационализировано, манипуляционный потенциал должен быть сведен к минимуму.

Список литературы

Балуев Д.Г., Каминченко Д.И. 2015. Влияние так называемых новых медиа на процесс политической идентификации. – *Вестник Томского государственного университета*. Сер. Философия. Социология. Политология. № 3(31). С. 33-41.

Волков Д. 2012. *Протестное движение в России в конце 2011 – 2012 гг.: истоки, динамика, результаты*. М.: Аналитический центр Юрия Левады (Левада-Центр). 54 с.

Волков Д., Гончаров С. 2014. *Российский медиаландшафт: телевидение, пресса, Интернет*. М.: Аналитический центр Юрия Левады (Левада-Центр). 15 с.

Гапич А.Э., Лушников Д.А. 2014. *Технологии цветных революций*. М.: Инфра-М. 126 с.

Докука С.В. 2014. *Коммуникация в социальных онлайн-сетях как фактор протестной мобилизации в России*: автореф. дис. ... к.соц.н. М. 27 с.

Драчева Е., Щербак А. 2012. Политический Интернет и гражданское общество на выборах 2011–2012 гг. — *Публичная политика—2011*: сборник статей (под ред. М. Горного, А. Сунгурова). СПб: Норма. С. 26-39.

Евгеньева Т.В., Губченко В.А. 2017. Психологические особенности формирования оппозиционной повестки в сети Интернет. — *Политическая наука*. Спецвыпуск. С. 385-401.

Казимирчик Л.В. 2014. Политический бренд в условиях медиатизации и виртуализации современной публичной политики. — *Теория и практика общественного развития*. № 13. С. 123-125

Кольцова О.Ю., Киркиж Э.А. 2016. Влияние интернета на участие в протестах. — *Полития*. № 1. С. 90-110.

Малик Е.Н., Орлова В.Н. 2018. Направления оптимизации влияния новой медиасреды на политическую субъектность российской молодежи. — *Известия Юго-Западного государственного университета*. Сер. История и право. Т. 8. № 4(29). С. 201-209.

Мельник Г.С. 2014. Новые (тактические) медиа как структурный компонент мобилизационных технологий. — *Гуманитарный вектор*. № 3(39). С. 130-135.

Мельникова Т.С. 2017. Роль цифровой социализации в процессе модернизации политической культуры современной России: постановка исследовательских задач. — *Власть*. Т. 25. № 7. С. 80-85.

Радина Н.К. 2018. Цифровая политическая мобилизация онлайн-комментаторов материалов СМИ о политике и международных отношениях. — *Полис. Политические исследования*. № 2. С. 115-129.

Римский В.Л. 2013. Гражданское и политическое в социальных сетях Рунета. — *Политическая наука*. № 1. С. 192-208.

Рябченко Н.А., Гнедаш А.А. 2014. Online и Offline социальные сети: к вопросу о математическом обосновании стохастической модели функционирования. — *Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС*. № 3. С. 91-100.

Усманова З.Р. 2018. Основные направления кристаллизации социально-политических представлений российских граждан в интернет-сообществах. — *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. № 5. С. 42-51.

Филатова О.Г. 2014. Интернет-технологии политической мобилизации в современной России. — *Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС*. № 4. С. 57-67.

Цирель С.В. 2012. Условия возникновения революционных ситуаций в арабских странах. — *Системный мониторинг глобальных и региональных рисков: Арабская весна 2011 года* (под ред. А.В. Коротаяева, Ю.В. Зинькина, А.С. Ходунова). М.: Либроком/URSS. С.162-174.

Baum M.A., Groeling T. 2008. New Media and the Polarization of American Political Discourse. — *Political Communication*. Vol. 25. No. 4, September. P. 345-365.

Breuer A., Landman T., Farquhar D. 2015. Social Media and Protest Mobilization: Evidence from the Tunisian Revolution. — *Democratization*. Vol. 22. No. 4. P. 764-792.

Calderaro A. 2018. Social Media and Politics. — *The SAGE Handbook of Political Sociology*. P. 781-796.

Fuchs Ch. 2015. *Culture and Economy in the Age of Social Media*. N.Y.: Routledge. 424 p.

Gonzalez-Bailon S., Borge-Holthoefer J., Moreno Y. 2013. Broadcasters and Hidden Influentials in Online Protest Diffusion. — *American Behavioral Scientist*. Vol. 50. No 7. P. 943-965.

Himmelboim I., McCreery S., Smith M. 2013. Birds of a Feather Tweet Together: Integrating Network and Content Analyses to Examine Cross Ideology Exposure on Twitter. — *Journal of Computer-Mediated Communication*. Vol. 18. Iss. 2. P. 154-174.

Lotan G., Graeff E., Ananny M., Gaffney D., Pearce Ia., Boyd D. 2011. The

Revolutions Were Tweeted: Information Flows During the 2011 Tunisian and Egyptian Revolutions. — *International Journal of Communication*. No. 5. P. 1375-1406.

Morozov E. 2012. *The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom*. N.Y.: Public Affairs. 448 p.

Rheingold H. 2002. *Smart Mobs: The Next Social Revolution*. Cambridge, MA: Perseus Publishing. 288 p.

Theocharis Y., Lowe W., Deth J., van. 2014. Using Twitter to Mobilise Protest Action: Transnational Online Mobilisation Patterns and Action Repertoires in the Occupy Wall Street, Indignados and Aganaktismenoi Movements. — *Information, Communication and Society*. Vol. 18. No. 2. P. 202-220.

Tufekci Z., Wilson Ch. 2012. Social Media and the Decision to Participate in Political Protest: Observation from Tahrir Square. — *Journal of Communication*. Vol. 62. P. 363-379.

Valenzuela S., Arriagada A., Scherman A. 2012. The Social Media Basis of Youth Protest Behavior: The Case of Chile. — *Journal of Communication*. Vol. 62. P. 299-314.

Wolfsfeld G., Segev E., Sheaffer T. 2013. Social Media and the Arab Spring Politics Comes First. — *International Journal of Press/Politics*. Vol. 18. No. 2. P. 115-137.

KNYZHOVA Zarina Zakievna, *Cand.Sci. (Pol.Sci.)*, Associate Professor at Saratov State Academy of Law (1 Vol'skaya St, Saratov, Russia, 410056; knyzhova@mail.ru)

SUSLOV Ivan Vladimirovich, *Cand.Sci. (Soc.)*, Associate Professor at Saratov State Academy of Law (1 Vol'skaya St, Saratov, Russia, 410056; suslov85@inbox.ru)

THE POTENTIAL AND PROSPECTS OF POLITICAL MOBILIZATION IN THE INTERNET SPACE: A REVIEW OF EMPIRICAL RESEARCH IN THE GLOBAL AND RUSSIAN CONTEXT

Abstract. The article discusses a complex of scientific publications (mainly in 2012–2018) about the role of digital technologies in the development of protest activity in Russia and in the world. There are different opinions about the potential of digital mobilization: efficiency of calls for political activity, using technologies for population mobilization, the specifics of traditional and new media in the process of political mobilization. Based on the analysis of modern empirical research, the authors reveal the trends of studying the Internet factor in the political process. The article provides an insight into the actual methods and sources of political science study of the role of the Internet. There is a difference in the scientific approaches of foreign and domestic researchers and the influence of the experience of the Russian opposition movement in 2011–2013 on the scientific discourse of Internet-study. Western researchers focused mainly on defining the qualitative differences between traditional and new media in the context of political conflicts in the third world countries. Russian scientists during the period of political stability in the second half of the 2010s consider hidden mechanisms of manipulation, socialization and increasing civic consciousness in the digital space.

Keywords: political protest, new media, digitalization of politics, politicization of Internet space, political activity
