

УДК 32.01
ББК 66.04

DOI 10.22394/1682-2358-2021-3-88-94

A.A. Makovsky, *Candidate of Sciences (Politics), Senior Researcher at the Management and Administrative Law Department, Pskov State University*

S.S. Dmitriev, *Head of the Pskov Region Administration Apparatus*

“POLITICAL” AND “RELIGIOUS” LABELS IN SOCIAL MEDIA AS A TOOL FOR POLITICAL MOBILIZATION

Ways and methods of digital mobilization of citizens through forming political labels for protest actions are considered. The most popular social media in the Russian Federation are analyzed in terms of forming political labels, as well as the tone of information and the mechanisms for mobilizing citizens. The authors come to the conclusion that most commonly in practice a political label is a trivial linguistic sign that establishes a negative, discriminatory connection between a signifier and a political phenomenon.

Key words and word-combinations: political labels, political mobilization, digital mobilization, propaganda, social media, social media, VKontakte, Telegram.

A.A. Маковский, *кандидат политических наук, старший научный сотрудник кафедры управления и административного права Псковского государственного университета (email: aamakovsky@mail.ru)*

С.С. Дмитриев, *руководитель аппарата администрации Псковской области (email: pskovdmitriev@yandex.ru)*

«ПОЛИТИЧЕСКИЕ» И «РЕЛИГИОЗНЫЕ» ЯРЛЫКИ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА КАК ИНСТРУМЕНТ ЦИФРОВОЙ МОБИЛИЗАЦИИ

Аннотация. Рассматриваются способы и методы цифровой мобилизации граждан через формирование политических ярлыков на протестные действия. Анализируются наиболее популярные в России социальные медиа на предмет формирования политических ярлыков, а также тональность информации и представленных механизмов мобилизации граждан. Делается вывод, что наиболее часто на практике политический ярлык представляет собой тривиальный языковой знак, устанавливающий негативную, дискриминирующую связь между означающим и политическим явлением.

Ключевые слова и словосочетания: политические ярлыки, политическая мобилизация, пропаганда, социальные медиа, социальные сети, VKontakte, Telegram.

Цифровизация общества, рост популярности социальных медиа способствуют изменению методов политической борьбы и появлению новых механизмов

мобилизации масс. В мировой науке активно исследуются и механизмы по формированию протестных движений через цифровую мобилизацию, и мировоззренческие установки индивидов. В частности, анализируется восприятие обществом переплетения религиозных, государственных и политических явлений. Такой научный интерес обусловлен увеличением числа верующих, ростом авторитета религии, а также изменением тактик, стратегий и основных акторов политического процесса.

Политические движения, политические партии, истеблишмент, политические лидеры все чаще используют религиозные и национальные ярлыки в выступлениях, призывах и политических акциях. В условиях нарастания процессов постсекуляризации возрастает актуальность информационных механизмов, при которых конфессиональный фактор через религиозные и национальные ярлыки может использоваться в качестве инструмента цифровой мобилизации, влияющего на национальную безопасность. Данные факторы способны также спровоцировать общественно-политические риски.

Одним из ярких примеров цифровой мобилизации, основанной на политических и религиозных ярлыках, являются протестные коллективные действия в г. Екатеринбурге в 2019 г. и массовые шествия в Российской Федерации в начале 2021 г., связанные с арестом политического блогера А. Навального.

Эти политические события имеют ряд общих особенностей.

Во-первых, полное отсутствие социально-экономической повестки, социальных требований. Отметим, что у протестующих имелась сугубо политическая повестка. Народные массы не выступали за повышение уровня жизни. Протесты в г. Екатеринбурге в 2019 г. воспринимаются в средствах массовой информации как первая победа оппозиции над «системой». Массовые акции протеста проходили в сквере на Октябрьской площади, где предполагалось строительство храма Святой Екатерины. Основной вид массовых действий выражался в виде флешмобов («перекличек»). Фактически причиной протеста явилось возведение забора в сквере.

Без социальной повестки прошли 23 и 31 января 2021 г. и протестные шествия в городах России, причиной которых послужил арест А. Навального. Формат коллективных действий был выбран по аналогии с хабаровскими протестами — шествие с требованиями освободить политического блогера.

Во-вторых, у коллективных действий — общий организатор. Организатором общественного движения «Скверубить» стал штаб А. Навального в г. Екатеринбурге [1]. Движение политизировало конфликт, проводило мобилизацию масс через социальные сети, осуществляло распространение информации в СМИ.

После задержания А. Навального 17 января 2021 г. начальник его федерального штаба А. Волков анонсировал проведение 23 января 2021 г. всероссийской акции в поддержку политика [2]. Штабы данной поли-

тической силы выступили информационными источниками в социальных сетях и организаторами протестных шествий в городах России.

В-третьих, для политической мобилизации использовались социальные медиа и мощные информационные потоки информации, направленные на дискредитацию действующей власти посредством создания отрицательного образа храма, Президента РФ, федерального и регионального правительств. В ряде информационных сообщений использовался прием навешивания ярлыков — простой, легко запоминаемой информации, негативно воспринимаемой в обществе.

Ранее политические ярлыки применялись непосредственно к политическим персонам, что является предметом изучения лингвополитической персонологии. Сегодня наблюдается навешивание ярлыков на политические процессы и явления. Возникает исследовательский интерес к механизмам и политическому значению данных технологий в социальных медиа, способных собирать массы на коллективные действия с протестной повесткой при полном отсутствии социальной проблематики. Цель исследования заключается в теоретизации такого политического феномена, как политический ярлык в социальных медиа, и анализе практического применения данной технологии цифровой мобилизации масс. Философской основой определения понятия «ярлык» и его функционирования в политической сфере являются следующие методологические подходы: прагматизм (Ч. Пирс), логический позитивизм (Л. Витгенштейн) и структурализм (Ф. де Соссюр и Р. Якобсон).

Американский философ и основатель прагматизма и семиотики Ч. Пирс выделял три вида знаков: во-первых, подобия (likenesses), или иконы (icons), которые выполняют функцию передачи идей и репрезентируют вещи, просто имитируя их; во-вторых, указатели (indications), или индексы (indices), имеющие признак конкретной вещи, так как физически связаны с ней; в-третьих, символы, или общие знаки, которые ассоциируются с их значениями (meanings) благодаря привычке [3]. Именно символы и ассоциации формируются организаторами коллективных действий для популяризации протестной повестки. Основой в данном контексте выступает созданная связь — привычка между знаком (ярлыком) и объектом.

Австрийский философ Л. Витгенштейн в работе «Логико-философский трактат» раскрыл семь афоризмов, сопровождаемых разветвленной системой поясняющих предложений. Фактически философ предложил теорию, решающую основные философские проблемы через призму отношения языка и мира. Язык отражает мир, потому что его логическая структура идентична онтологической структуре мира [4]. Мир представляет весь набор существующих фактов — и простых, и сложных. В языке простые факты описываются простыми предложениями, являющимися простейшими языковыми единицами. Сложным фактам соответствуют сложные предложения.

В системе ярлыков, по нашему мнению, сложные политические факты не описываются сложными предложениями, ибо им дается простое, даже тривиальное объяснение. Фактически упрощается логика объяснения факта за счет простого языкового знака.

Структуре знака посвящены работы швейцарского лингвиста, основателя семиологии Ф. де Соссюра. По мнению исследователя, языковой знак состоит из означающего (акустического образа) и означаемого (понятия). В языковом знаке как ярлыке следует выделить два основных свойства. Первое обусловлено тем, что, ярлык формирует произвольные связи между означающим и означаемым при условии отсутствия между ними внутренней, естественной связи. Второе свойство ярлыка состоит в том, что означающее обладает протяженностью в одном измерении (во времени) [5].

Подробно ярлыки в качестве политических символов исследовали Р. Кобб и Ч. Эддер. Они заложили методологию анализа политических символов, разработали их классификацию, выявили специфику. В США под ярлыками чаще используют понятие принадлежности к той или иной идеологии или политической партии. Используются такие ярлыки, как либеральный, умеренный, прогрессивный, консервативный, либертарианский, чтобы позиционировать себя по отношению друг к другу. Распространенными являются ярлыки «ослы» для представителей демократической партии и «слоны» для республиканцев [6, с. 131].

В российской политической системе подобные ярлыки встречаются редко. В соответствии с внутрироссийской политической спецификой существуют позитивные политические символы (например, «Крым наш», «вежливые люди») и ярлыки, имеющие лишь негативное значение. В работах И.В. Николаева [7, с. 31] и В.Э. Багдасаряна [8, с. 101] проводится подробный анализ политических символов России, а также методов их формирования. Понятие «ярлык» раскрывается как слово или характеристика, употребляемое с целью дискредитировать движение, партию в глазах избирателей, граждан. Применительно к политической борьбе слова-ярлыки навязчиво используются в СМИ, социальных медиа, на телевидении. Ярчайшими примерами ярлыков, которые призваны вызывать у населения сугубо отрицательные эмоции, являются слова «фашист», «экстремист», «нацист», «расист», «ксенофоб», «коррупция», «взятка» и т.п. [9].

Политический ярлык, на наш взгляд, представляет собой тривиальный языковой знак, устанавливающий негативную дискриминирующую связь между означающим и политическим явлением. Ярлык формирует привычку у граждан воспринимать определенное политическое явление через негативный образ, изначально принадлежащий ярлыку. Соответственно, «религиозные» ярлыки затрагивают те области понятий, которые связаны с религиозным культом, конфессиями, религиозными традициями, ценностями, христианскими заповедями, библейскими сюжетами, служи-

телями религиозного культа, религиозными организациями, культовыми сооружениями.

Процесс навешивания политических ярлыков заключается в упрощении объяснения сложного политического явления и дает возможность легче воспринять сложную политическую реальность. Ярлык может нести дискриминационный характер для какого-либо социального или политически значимого явления через его именование с помощью языковых знаков, стереотипов, мифов, ассоциаций.

Научный интерес вызывает механизм влияния ярлыков на мобилизацию протестных масс. В рамках данного исследования проведен анализ общероссийских социальных медиа, а также социальных медиа Свердловской области (группы ВКонтакте, Telegram, Instagram), в ходе которого выявлена негативная эмоциональная тональность популярных постов в социальных сетях. В периоды с апреля по август 2019 г. и с декабря 2020 г. по февраль 2021 г. исследовались наиболее популярные группы в ВКонтакте: ЁП (8 750 864 подписчика), «Четкие приколы» (8 428 682 подписчика), МДК (7 702 094 подписчика), «Убойный юмор» (6 306 943 подписчика), БОРЦ (5 647 302 подписчика), Орленок (2 414 516 подписчиков), Институт благородных девиц (3 286 330 подписчиков), а также страницы данных групп в Telegram и Instagram.

Анализ информационных постов показывает следующий алгоритм навешивания ярлыков:

1. Ознакомление населения с проблемой.
2. Навешивание ярлыка, формирование негативной ассоциации.
3. Объяснение проблемы через ярлык (весьма тривиальное).
4. Выдвижение требований;
5. Организация коллективных действий, трансформация ярлыка в символ протеста.

Первый этап — ознакомление населения с проблемой. В случае со строительством храма в сквере г. Екатеринбурга проблема была обозначена как захват общественной земли под строительство храма местной политической и экономической элитой. Организаторы коллективных действий назвали строителями Фонд Святой Екатерины, который объединяет почти весь крупный бизнес города [10]. Фактически строительство храма было преподнесено в региональных оппозиционных СМИ как попытка современной индальгенции и замаливания грехов, при этом активно обсуждались проблемы нехватки зеленой (рекреационной) зоны, детских площадок, места для выгула собак, элементарных мест для прогулок.

Второй этап — навешивание ярлыков. В ходе проведения агитационной кампании противниками строительства использовалось несколько символов. Так, позицию «Не трогайте природу» выражала девушка в русском сарафане с крупными цветами. В социальных медиа появились ярлыки: «СкверныйХрам», «Бизнес-храм», «Храм на Дrame».

Как следствие, популярные социальные медиа поддержали тему борьбы за сквер, которая транслировалась как борьба народа за природу против бизнес-элиты, истеблишмента, стремящихся к замаливанию своих грехов. Информационные посты на эту тему, наиболее распространенные в Интернете [11], приобрели особую эмоциональную тональность. Широкоую популярность приобрело изображение г. Екатеринбурга, застроенного храмами с подписью «Лепота-то какая». Использовалось также изображение проекта храма Святой Екатерины, выделенного красным цветом (по аналогии с компьютерными играми) с подписью «Здесь нельзя строить, милорд».

Третий этап — объяснение проблемы — можно наблюдать наблюдать в социальных сетях штаба А. Навального в г. Екатеринбурге. Аргументы против строительства храма следующие: это издевка над екатеринбуржцами, подарок олигархов, лоббирование РПЦ, законность стройтреста под большим вопросом, центру Екатеринбурга жутко не хватает парков [12]. Вместе с объяснением проблемы было выдвинуто простое требование (*четвертый этап*): «Храма быть не должно».

Пятый этап — организация коллективных действий — представляет собой работу в социальных медиа и сбор сторонников — граждан, откликнувшихся на яркие медийные ярлыки. Среди коллективных действий использовались флешмобы-переключки, скаканья с лозунгом «Кто не скачет, тот за храм», снос забора.

Подобный механизм в коллективных действиях применялся 23 и 31 января 2021 г. в городах России. Проблемы обозначались как «Россия — полицейское государство» [13]. Штаб А. Навального предполагал задержание блогера после его прибытия на территорию Российской Федерации из ФРГ, что подтверждает скорый выпуск агитационного фильма «Дворец Путина. История самой большой взятки» [14], вызвавшего определенный резонанс в обществе. В фильме использовались такие ярлыки, как «царь», «аквадиско-тека» «ёршик за 150 тысяч рублей», «самая большая взятка» и т.п. Череда коллективных действий в городах России 23 и 31 января 2021 г. представляла собой протестные шествия с лозунгами «Он нам не царь», «Позор», «Отпускай», «Пропускай».

Таким образом, представленные технологии, по нашему мнению, были направлены на формирование упрощенного восприятия сложных политических процессов. Ярлык позволяет переключить граждан от анализа к соглашению исходя из простых логических конструкций, клише, отрицательных образов.

Негативный политический ярлык представляет собой простой, языковой знак, устанавливающий дискриминирующую связь между означающим и политическим явлением. Процесс навешивания политических ярлыков заключается в дискредитации какого-либо социально и политически значимого явления путем его именованья с помощью языковых знаков,

стереотипов, мифов, ассоциаций. Современная тактика навешивания ярлыков заключается в ознакомлении населения с проблемой через призму ярлыка, формирование негативной ассоциации. Объяснение проблемы для широких масс населения происходит также через ярлык, что достаточно тривиально, при этом выдвигаются простые и понятные обывателю требования, коллективные действия в качестве завершающей части трансформируют ярлыки в символ протестных действий.

Библиографический список

1. «Защитники сквера» наносят новый удар. URL: <https://eburg.mk.ru/social/2019/05/22/zashhitniki-skvera-nanosyat-novyy-udar.html>.
2. Волков Л. Новые акции протеста. URL: <https://meduza.io/news/2021/01/23/leonid-volkov-anonsiroval-novye-aktsii-protesta-cherez-nedelyu>
3. Пирс Ч. Что такое знак? // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2009. № 3 (7). С. 88–95.
4. Витгенштейн Л. Логико-философский трактат / пер. с нем. И.С. Добронравова, Д.Г. Лахути; общ. ред. и предисл. В.Ф. Асмуса. М., 1958 (2009).
5. Соссюр Ф. де Курс общей лингвистики / пер. с франц. А.М. Сухотина; под ред. и с примеч. Р.И. Шор. М., 2004.
6. Кобб Р., Элдер Ч. Использование символов в политике / пер. с англ. И.С. Поляковой // Политическая лингвистика. 2009. № 3 (29). С. 131–145.
7. Николаев И.В. Вербальные политические символы в коммуникации общества и власти: опыт типологизации // Социодинамика. 2021. № 1. С. 32–43.
8. Багдасарян В.Э. Политическая символика. М., 2018.
9. Политический словарь. «Политические ярлыки». URL: https://gufo.me/dict/politics_dict/%D0%AF%D1%80%D0%BB%D1%8B%D0%BA
10. На чьи деньги строят храм в г. Екатеринбургe. URL: <https://www.kp.ru/daily/26977/4036139/>
11. Пользователи шутят над противостоянием сторонников и противников строительства храма на месте сквера в Екатеринбургe. URL: <https://versia.ru/polzovateli-shutyat-nad-protivostoyaniem-storonnikov-i-protivnikov-stroitelstva-xrama-na-meste-skvera-v-ekaterinburge>
12. «Храм на Дrame» – почему его быть не должно. URL: <https://shtab.navalny.com/hq/ekaterinburg/933/>
13. О деле Навального и полицейском государстве. URL: https://echo.msk.ru/blog/schlosberg_lev/2776542-echo/
14. Официальный Youtube канал А. Навального. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ipAnwilMncI>