

УДК 316.77

DOI: 10.18413/2408-9338-2024-10-2-0-3



Оригинальная статья

Сергеева З. Н. 

Резонанс сложного городского этнически маркированного
конфликта в социальных медиа

Новосибирский государственный технический университет
проспект К. Маркса, дом 20, Новосибирск, 630073, Россия
z.sergeeva@corp.nstu.ru

Аннотация. Города, будучи демографически не самодостаточными, сохраняют себя и растут за счет миграционных потоков. Крупные города неизбежно становятся пространствами, где конструируется современная этничность. Этнизация публичного городского пространства усиливает возможность возникновения городского конфликта. Потенциал социальных сетей в конфликтогенерировании весьма высок. Социальные сети в системе социальных медиа являются отражением глобальной социальной сети. Роль медиа в формировании общественного усиливается по мере технологизации информационного пространства. В настоящее время важна не стигматизация, а понимание логики и механизмов влияния на городскую конфликтную повестку, их потенциала конструирования в городском пространстве этнически маркированных конфликтов, что и определило цель исследования. Объект эмпирического анализа – этномаркированные и этнические конфликты Новосибирской городской агломерации. Исследовательская стратегия предполагает кейс-анализ их случаев за последние десять лет из Геоинформационной базы данных конфликтов Новосибирской агломерации «Конфликты NSK» в которой на момент начала исследования содержалось 412 конфликтов (52 конфликта по этнической или этнорелигиозной тематике). Этническое маркирование повышает к нему внимание и вероятность высокого общественного резонанса. Фактор наличия в конфликте физического, персонального насилия, существенно усиливает интерес горожан. Отмечено, что наибольший эмоциональный эффект свойственен конфликтам против личности и доступным для публичного наблюдения. Именно такие конфликты приобретают черты символизации. Доступность инструментов презентации контента существенно размывает границу между частным и публичным. Однако большинство этнически маркированных конфликтов – носят хронический характер и связаны, концентрацией трудовых мигрантов или групп с высокой этнокультурной дистанцией на деградируемых территориях, а также соседством с ними. Часто именно этномаркированные/этнические/этнорелигиозные конфликты обладают свойствами сложного городского конфликта: связаны друг с другом, устойчивы, имеют высокий уровень вовлеченности – сложные по своей структуре. Полученные результаты позволили установить, что социальные, экономические конфликты, с высокой вероятностью приобретут этническую маркированность в случае, если участник идентифицируется по этнической принадлежности и/или обращения к этнической риторике.

Ключевые слова: городские конфликты; этнические/этнорелигиозные конфликты; социальные сети; информационные резонанс; медиа, управление

Благодарность: Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 24-28-01352, <https://rscf.ru/project/24-28-01352/>.

Информация для цитирования: Сергеева З. Н. Резонанс сложного городского этнически маркированного конфликта в социальных медиа // Научный результат. Социология и управление. 2024. Т. 10, № 2. С. 21-34. DOI: 10.18413/2408-9338-2024-10-2-0-3.

Original article

Zoya N. Sergeeva 

**Resonance of complex urban ethnically marked conflict
in social media**

Novosibirsk state technical university
bld.20, Ave. K. Marx, Novosibirsk, 630073, Russia
z.sergeeva@corp.nstu.ru

Abstract. Cities, being demographically not self-sufficient, preserve themselves and grow due to migration flows. Large cities inevitably become spaces where modern ethnicity is constructed. The ethnicization of public urban space increases the possibility of urban conflict. The potential of social networks to generate conflict is very high. Social networks in the social media system are a reflection of the global social network. The role of media in the formation of the public intensifies as the information space becomes technologized. At present, it is not stigmatization that is important, but an understanding of the logic and mechanisms of influence on the urban conflict agenda, their potential for constructing ethnically marked conflicts in the urban space, which determined the purpose of the study. The object of empirical analysis is ethno-labeled and ethnic conflicts of the Novosibirsk urban agglomeration. The research strategy involves a case analysis of their cases over the past ten years from the Geoinformation Database of Conflicts of the Novosibirsk agglomeration “NSK Conflicts”, which at the start of the study contained 412 conflicts (52 conflicts on ethnic or ethno-religious topics). Ethnic labeling increases attention to it and the likelihood of a high public response. The factor of physical and personal violence in the conflict significantly increases the interest of townspeople. It is noted that the greatest emotional effect is characteristic of conflicts against the individual and accessible to public observation. It is precisely such conflicts that acquire the features of symbolization. The availability of content presentation tools has significantly blurred the line between private and public. However, most ethnically marked conflicts are chronic in nature and are associated with the concentration of migrant workers or groups with a high ethnocultural distance in degraded territories, as well as their proximity. Often it is ethno-labeled/ethnic/ethno-religious conflicts that have the properties of a complex urban conflict: they are connected to each other, stable, have a high level of involvement - complex in their structure. The results obtained made it possible to establish that social and economic conflicts are highly likely to become ethnically marked if the participant is identified by ethnicity and/or appeals to ethnic rhetoric.

Keywords: urban conflicts; ethnic/ethno-religious conflicts; social networks; information resonance; media; management

Acknowledgment: The study was supported by the Russian Science Foundation grant No. 24-28-01352, <https://rscf.ru/project/24-28-01352/>.

Information for citation: Sergeeva, Z. N. (2024), "Resonance of complex urban ethnically marked conflict in social media", *Research Result. Sociology and Management*, 10 (2), 21-34. DOI: 10.18413/2408-9338-2024-10-2-0-3.

Введение (Introduction). Города, будучи демографически не самодостаточными, сохраняют себя и растут за счет миграционных потоков, в том числе, и этнически многообразных. По мере усиления урбанизации, крупные города неизбежно становятся пространствами, где конструируется современная этничность. Этнизация публичного городского пространства, особенно в ситуации нарастания структурных напряжений, усиливает возможность возникновения городского конфликта, но, одновременно, этническое маркирование проблемы с высокой вероятностью позволяет «этническим антрепренерам» или их прямым оппонентам влиять на характер текущих социальных, экономических и политических процессов на разных уровнях и сферах жизни города. Как заметил Р. Брубейкер внимание органов управления городом и горожан, часто сфокусировано именно на публичных носителях этнонациональной или националистической риторики, говорящих от имени «групп», которые они претендуют представлять. Но фокусируясь на публичных аренах, они часто пренебрегают «повседневными контекстами, в которых этнические и национальные категории приобретают смысл, и процессами, в которых осуществляется действительная «работа» этничности в повседневной жизни» (Брубейкер, 2012: 48). Между тем именно этнизация повседневности, как ситуативное состояние, процесс манифестации этничности, ведет к повышению роли этнической идентичности обычных людей, стимулирует в этом ключе их политическую рефлексию (Дятлов, 2015).

Горожане, как акторы повседневности, конструируют этнические образы в своем окружении, активно транслируя их друг другу. В триггерных ситуациях фокус на этнической составляющей проблемы, способствует пассивной или активной мо-

билизации в конфликт, смещая конфликтную повестку в сферу иррационального и эмоционального.

Существенную роль в этом играют социальные медиа – социальные сети. М. Кастельс определяет, что социальные акторы – субъекты социальных и организационных сетей способны отстаивать провозглашаемые публично ценности, заявляя интересы создают и программируют сети, фактически социальные сети в системе социальных медиа являются отражением глобальной социальной сети. «Способность сетей включать в процесс социальной организации новых акторов и новый контент, обладающих некоторой автономией относительно центров власти, возрастает с течением времени благодаря технологическим изменениям и, если быть более точным, с развитием коммуникационных технологий» (Кастельс, 2016: 39).

Потенциал социальных сетей в конфликтогенерировании весьма высок. Будучи часто анонимным, контент обладает «вирусным» эффектом», способностью к принудительному привлечению аудитории через рекламные каналы (контекстная и таргетированная реклама) и высокому охвату аудитории-формированию общественного мнения: «Конфликты нашего времени являются борьбой связанных в сеть социальных акторов, стремящихся привлечь потенциально заинтересованные группы и целевые аудитории с помощью решающего подключения к мультимедийным коммуникационным сетям» (Кастельс, 2016: 96).

Учитывая современные возможности: инструменты распространения контента в социальных сетях, возможности поиска аудитории таргетированными инструментами на основе искусственного интеллекта, биометрическая обработка неречевых проявлений, роль медиа в формировании общественного мнения (У. Липпман, Э. Бернайз,

Д. Мид Э. Ноэль-Нойман) усиливается по мере технологизации коммуникативного пространства.

Сложность и связанность конфликтов проявляет себя в крупных городах и мегаполисах. Она обнаруживается не только в росте частоты конфликтов на отдельных локальных территориях или в близких по содержанию повестках. Конфликтность вырастает из перманентной конкуренции различных социальных и политических групп, ориентированных на защиту своих интересов и контроля над ресурсами, принципами и правилами их распределения в условиях городских изменений.

Однако в настоящее время важна не стигматизация, а понимание логики и механизмов влияния на городскую конфликтную повестку их потенциала этнизации городского пространства на конструирование в городском пространстве этнически маркированных конфликтов. Такие конфликты в силу сложности повестки, высокого риска мобилизации (множественность) могут стартово рассматриваться как сложные. Связанность такого рода конфликтов и их акторов может стимулировать скорость, масштабы мобилизации в конфликты, усиливать и усложнять конфликтное взаимодействие между субъектами разных конфликтов (Trudelle, 2015:139-157). Такие конфликты становятся публичным, что способствует еще большему вниманию СМИ, органов власти и городского сообщества. С высокой вероятностью это может стимулировать коммуникации между сторонами, тем самым создавая основания для формирования новых социальных контрактов. Такого рода единовременный повышенный интерес в социальных медиа со стороны широкой группы аудитории к конфликту мы называем информационный резонанс. Часто, именно этномаркированные конфликты связаны друг с другом, устойчивы, имеют высокий уровень вовлеченности – сложные по своей структуре.

Необходимо различать реальный этнический конфликт, где актор относится по признаку принадлежности к этнической

общности, а повестка действительно этническая от этномаркированного конфликта, где этничность является манифестируемой, присутствует дискурсивно, где реальная конкуренция осуществляется за экономические или иные ресурсы.

Методология и методы (Methodology and Methods). Объект эмпирического анализа – этноконфликты Новосибирской городской агломерации. Новосибирск сегодня, является промышленно-логистическим хабом, благодаря географическому расположению в регионе уже открыт ряд масштабных логистических центров, а, согласно соглашению, подписанному в 2023 году на Петербургском международном экономическом форуме, в 2024 году начнется строительство производственно-логистического комплекса с рекордным объемом хранения и вложенных инвестиций, число рабочих мест превысит одну тысячу. Несмотря на отрицательное сальдо миграции в Новосибирской области ежегодно фиксируется миграционный прирост на 9,6 тыс. человек, как в обмене населением со странами СНГ (9,5 тыс. человек), так и с другими странами (0,1 тыс. человек) (Новосибирскстат, 2022). Исследовательская стратегия предполагает кейс-анализ их случаев за последние десять лет из Геоинформационной базы данных конфликтов Новосибирской агломерации «Конфликты NSK» (Дерига, Лобанов, Сергеева, Скалабан, 2021), в которой на момент начала исследования содержалось 412 конфликтов, дифференцированные по более чем 30 показателям. База данных предназначена для мониторинга событий, конфликтов в городской среде и вовлеченных в них сообществ, содержит информацию и карту (с возможностью отбора/фильтрации информационных слоев) о городских конфликтах г. Новосибирска и Новосибирской агломерации (гг. Бердск, Обь, Искитим, наукоград Кольцово, поселок городского типа Краснообск). Данные типологизированы, поддерживаются информацией из медийных источников об акторах конфликта, триггерах собы-

тий и конфликтов с их базовыми характеристиками (проект, уровень и масштаб инвестиций и др). Сведения позволяют получить целостную пространственно-организованную картину конфликтности и распределения сообществ оборонительного типа вовлеченных в конфликт в пределах новосибирской агломерации.

Последующий контент-анализ этнически маркированных конфликтов осуществлялся с помощью сервиса статистики и аналитики контента сообществ социальных сетей Popsters (Popsters.ru) и информационной автоматизированной системы мониторинга Скан-Интерфакс (Scaninterfax.ru).

Гипотеза исследования заключалась в том, что этнический, этнически маркированный, этнорелигиозный конфликты, преимущественно обладают свойствами сложного городского конфликта, обладая свойствами многосубъектности, связанности сетей, устойчивости протекания во времени, высоким публицитным капиталом, основной рост которого зависит от контента размещаемого в социальных сетях, с высоким коэффициентом вовлеченности (ER-post: количество упоминаний, комментариев, лайков, количество просмотров), что выводит городской конфликт из онлайн среды в офлайн.

Контент-анализ этномаркированных/этнических/религиозных конфликтов с целью выделения особенностей представления информации в социальных сетях «ВКонтакте» и «Telegram» (ТГ) проводился

за период с 15 апреля 2016 года по 1 мая 2024 года. Из имеющихся на тот момент в базе 412 конфликтов было выделено 52 конфликта по данной тематике, где в качестве каналов коммуникации участниками конфликта использовались группы в социальных сетях. Выборочная совокупность исследования в общей сложности составила 591 упоминание, из них 488 упоминаний в социальной сети ВКонтакте и 103 упоминания в Telegram, при этом отметим, что в Telegram-каналах мы зафиксировали 22 конфликта из 52, 12 из них относятся к пику активности после августа 2023 года и 9 конфликтов более активны с 2024 года, соответственно мы можем сделать вывод об усилении представленности конфликтов в данном ресурсе социальных медиа. Можно предположить, что на данный момент нет тенденции создавать собственные/личные ТГ каналы для информирования о конфликте и фактически ТГ служит «книгой жалоб» участников конфликта – модераторам именно городских групп.

Группы в социальной сети «ВКонтакте» (ВК) – объекты анализа, были дифференцированы на: 1. городские (открытые) – «включение» в повестку конфликта протекает через городские/региональные паблики; 2. локальные/территориальные (районные, жилого массива); 3. Личные паблики, группа создателем которой является актер/участник конфликта, данные группы/каналы имеют высокий потенциал для формирования сообщества (Таблица 1).

Таблица 1
Представленность конфликтов в личных, локальных и городских группах социальной сети ВК

Table 1

Representation of conflicts in personal, local and city groups of the social network VK

Тип группы / Group type	Всего / упоминаний Total mentions	Городская / Urban	Локальная / Local	Личная / Personal
ВКонтакте / In-contact	488	373	91	24
Telegram	103	101	2	-

Научные результаты и дискуссия (Research Results and Discussion). Можно предположить, что 24 конфликта из 52 осуществляющие коммуникацию через все имеющиеся ресурсы, действительно медийно влияют на его ход. В качестве примера можно привести конфликты с религиозной повесткой (православные активисты против концерта Мэрилина Мэнсона в Новосибирске, «Хилокский треугольник», Показ фильма «Матильда», православные активисты против оперы «Тангейзер», конфликт между инициативной группой Хилокского ж/м и Русской народной дружиной и др.) социальные сети служат ресурсом перевода онлайн-коммуникаций в офлайн, именно в этих группах зафиксированы призывы к действиям: выход на митинг, сбор подписей, пикетирование и др. Важно отметить особый тип локальных групп: в Новосибирске зафиксированы случаи освещения конфликтов в 5 мигрантских, в описании сообщества написано: «Освещаем происшествия связанные с мигрантами в России. Информационный ресурс, у паблика нет цели дискредитировать или оскорбить какую-либо нацию. Везде

есть хорошие и плохие люди.». В целом контент групп носит характер «сводки криминальных новостей». Обращает на себя внимание деятельность «Русского Национального Единства (РНЕ)», поисковая выдача по запросу в социальной сети «ВКонтакте» выдает более 2100 сообществ со схожим наименованием, позиционируют себя как общественно-политическое Движение Русского Народа. Формулируют цель: «восстановление России как национального государства и возрождение Русской Нации. Страница не несёт целью развязать розни, а создана лишь для сплочения. Любые дебаты и оскорбления будут пресекаться, зачинщики – баниться»¹. Однако именно активисты данной организации периодически выступая с видеообращениями через социальные сети обостряют конфликт местных жителей Хилокского жилмассива с мигрантами, о чем заявляет и модератор группы «Хилокский треугольник»-местная жительница ул. Хилокской. Логотип организации по своей графическому воплощению представляет собой свастику, совмещенную с Вифлеемской звездой (Рисунок).



Рисунок. Логотип общественно-политического движения «Русское национальное единство»
Figure. Logo of the socio-political movement “Russian National Unity”

Отметим, что из 52 конфликтов всего о 3 конфликтах вообще нет упоминаний ни в одной из социальных сетей («Атака националистов на сеть закусовых

Cheburek.me», «Жителей улицы Троллейной против храма вместо зеленой зоны» и «Снижение спроса на получение профессии строителя из-за мигрантов»). Однако подавляющее большинство конфликтов 49 из

¹ Группа в социальной сети «ВКонтакте», Русское Национальное Единство. Новосибирск. URL:

<https://vk.com/public32940601> (дата обращения: 02.05.2024).

52 не просто получают упоминание в СМИ, а получают реальную публичность в городской среде – конфликт становится отражением содержания городских отношений.

Часто, публикации о конфликтной ситуации именно в социальных сетях можно назвать «хайпом» (HYIP – High Yield Investment Program), этимология термина «мошеннический проект, похожий на инвестиционный фонд с высокой доходностью» (FINRA Investor Alert, 2024). Для убеждения, создания иллюзии социального одобрения и социального согласия, чаще построенного на эффекте «спирали молчания» (склонность людей не высказывать личное мнение, если оно, как им кажется, идет в разрез с мнением большинства.) используют множество веб-сайтов и социальных сетей. Подобная тактика создания «хайпа» может являться реальным инструментом решения проблем, идентифицируемых как городские и связанных с его локальными территориями. Хайп может создаваться с целью смещения акцентов в ходе экономической конкуренции, необходимостью получения «прозрачности» процедур, привлечения внимания власти и силовых органов, усиления позиций общественных групп и др. Большинство конфликтов тиражируется и увеличивает публичный капитал через «Echo Chamber» (Joseph, 2008: 301).

Если рассматривать такие конфликты через линзу теории СМИ, то эффект «эхо-камеры» встречается часто и представляет собой классическую структуру реверсивного попадания новости из частных или локальных (районных, территориальных, по интересам) групп и каналов социальных сетей в большую медийную повестку региональных и федеральных СМИ. Фактически, разворачивание конфликта медийными средствами – это управленческая деятельность с целью достижения целей акторов-

инициаторов коммуникации. Популярность региональной повестки в социальных медиа растет ежемесячно, во многом социальные медиа откликаются на системный рост цитируемости российских региональных источников – НГС.Новости (Новосибирск 13 место, +7 позиций), Ura.ru (39, +5), Fontanka.ru (44, +18), Вести.Ямал (57, +14), Иркутск онлайн (59, new), Невские Новости (60, new), Правительство Московской области (63, +5), Екатеринбург Онлайн (68, +4), ГТРК «Южный Урал» (82, new), Правительство республики Крым (88, +8), Ульяновская правда (92, +8), Новости Ленобласти (96, new)². Созависимость цитируемости контента регионального с размещением и тиражируемостью этого же контента в одноименных социальных сетях многократно увеличивает информированность и вовлеченность аудитории по различным проблемам в регионе. Маркирование конфликта как этнического в публичном и медийном пространстве города – указание на признаки этничности при описании события, даже если сами участники об этом не заявляют, увеличивает просмотры аудитории. Определенным образом представленная ситуация подкрепляется репостингом (что существенно увеличивает коэффициент вовлеченности аудитории) усиливается путём передачи сообщения или его повторением внутри закрытой системы (единоверцы, партия, жильцы, единомышленников). Комментарии и высказывания к постам приводят не к дискуссиям, а к «закидыванию камнями» отрицательного персонажа.

Обычно в закрытую систему локальной группы не попадает никакая альтернативная информация. Важным становится не содержание конфликта, а наличие внешней идентификации участника конфликта – актер идентифицируется как члена этнической/этнорелигиозной группы. Однако случается, когда группа сама идентифицирует

² Топ-100 виральных русскоязычных медиаресурсов. 2021. URL: <https://br-analytics.ru/blog/top-100-media-june-2021/> (дата обращения: 10.05.2024).

себя как этническая, среди акторов – внутренняя идентификация. Например, в конфликте «Члены азербайджанского диаспорального сообщества против инспектора ДПС», где произошло случайное убийство 19-летнего Векила Абдулаева сотрудником ДПС, в комментариях (по общей совокупности, кол-во комментариев составило 27707(!), репостов 14914, что минимум в три раза превышает средний показатель). Объем такой вовлеченности связан с жестким противостоянием, в комментариях к публикациям в социальных сетях горожане разделились на два лагеря: тех, кто жестко и безапелляционно манифестировал: «мигранты вон!», «мигранты должны уехать!», многие комментарии оправдывали убийство, возможным сценарием обратной расправы и тех чьи комментарии были в обвинение полицейского. Наличие этнической повестки в конфликте или отдельных ее пунктах часто маркируется участникам конфликта, они сами заявляют или апеллируют к этническим проблемам, субъектам, культуре или дискурсивно описывают проблемы в этом ключе.

Субъекты конфликта формируют сообщения, которые получают его единомышленники, видоизменяя, они его тиражируют, часто искажая факты, украшая и гиперболизируя до тех пор, пока сообщество не посчитает «правдой». Но, по сути, новые посты и репосты складываются из одних и тех же пазлов, меняется их порядок, но «картинка» становится «кривой». Администраторы групп в социальных сетях не соблюдают журналистскую этику, часто не проверяя достоверность информации тиражируют лжефакты намеренно, чтобы создать «хайп» вокруг конфликта, имеют значительно большую свободу в отличие от традиционных СМИ и низкую информационную культуру. В погоне за эксклюзивом, не перепроверяют данные, не ищут первых лиц, сохраняя орфографию и пунктуацию автора первичного источника информация тиражируется повсюду.

Публичная манифестация доступная любому пользователю в социальных сетях,

позволяет вне зависимости от его информационной культуры тиражировать упрощенный контент, «продавать» массовой аудитории «интересные», часто «кровавые» истории, получая взамен социальное внимание. Форма представления конфликта-новости происходит: «через банализацию и упрощение объяснительных причин и обстоятельств, сводимым обычно к хорошо узнаваемым различиям «свои» – «чужие», «хороший» – «плохой», «доброта» – «жестокость», «случай» – «повседневность» (Брасов, 2000: 411). Данный пример наиболее актуально прослеживается в «Хилокском треугольнике»: конфликте связанному с мусорным полигоном, кладбищем и рынком, которые сосредоточены в одной зоне. Эти объекты становятся источником конфликтов, таких как отсутствие сервиса для сезонных мигрантов, проблема постоянного проживания, поддержание чистоты территории, стихийная биржа труда, а также прибытие мигрантов в эту зону. Это влияет на безопасность и качество жизни местных жителей, создает «серую зону», а также приводит к недопониманию и раздражению из-за столкновения культур. Обострение конфликта значительно увеличилось после теракта в Москве «Крокус холл», за апрель 2024 зафиксирован всплеск публикаций связанных с проверками мигрантов силовиками.

Представление этномаркированных конфликтов через социальные сети имеют явную тенденцию к «нравственности в последней инстанции», когда преувеличивается собственное мировоззрение, а вторая сторона конфликта априори не легитимна: «изменения в структуре социальных конфликтов подрывают возможности их регулирования по тем же правилам, которые работали в прошлом, что снижало их насилие и интенсивность, и в то же время ведет к социальному диалогу основанному на взаимном признании противоборствующих сторон» (Leonardi, 2023: 38). Компромисс интересов невозможен ввиду осознания разности сторон (экономических, социальных,

политических, культурных), а потому действия оппозиции конфликта всегда определяется как патология.

Триггер дословно переводимый как «спусковой крючок», действительно инициирует конфликт через изменения на территории, проявляется медийно открыто, часто через события в пространстве и времени. Триггером конфликта может выступать как действие: написанная жалоба, соборная подпись, митинг или презентация проекта, появление спецтехники или проверка, премьера спектакля или выставка, так и бездействие: стихийно скопившаяся куча мусора или брошенный автомобиль, тлеющий мусорный полигон или отсутствие транспорта.

Опыт эмпирической типологизации позволил сгруппировать конфликты по типу триггера: «1. Триггер-изменение/ситуация – изменение условий жизни на территории, которое ставит под сомнение удовлетворение базовых потребностей некоторых пользователей территории. ... 2. Триггер-событие. Реальное выражение (физическое или символическое) конфликтного изменения в конкретном пространстве и времени во взаимодействии с пользователями территории (актерами-инициаторами конфликта) ... 3. Триггер-коммуникация/тактика – разновидность или качество триггера-события в ходе протекания конфликта, которые позволяют определить роли/позиции в конфликте и/или тактики/стратегии участников.» (Скалабан, Лобанов, Сергеева, Волченко, 2022: 190-218).

Любое событие, коммуникация, изменение, попадает в поле зрения горожанина-актера-инициатора конфликта, непосредственно через его участие в событиях или опосредованно онлайн коммуникацией: комментарий на стене сообщества социальной сети, пост, история, новость. Потенциально, триггером может стать любой предмет окружения: документ, слух, изменение режимов пользования или доступ куда-

либо. Чтобы стать конфликтом, событие интерпретируется как угроза: ущемление прав, снижение качества жизни, нарушение моральных принципов, ценностей, границ личного пространства.

Разновидность или качество триггера-события в ходе протекания конфликта позволяют определить роли/позиции в конфликте тактики/стратегии его акторов. Проанализировав 52 этноконфликта, мы выделили: 14 «триггер-изменения», 22 «триггер-событие» и 17 «триггер –коммуникации». Преобладающее число – «триггер-событие», связаны с применением силы, физическим насилием.

Тип паблика и количество его подписчиков определяют границы триггерного воздействия, а оно в свою очередь границы предполагаемого конфликта.

Особенность коммуникации в социальных сетях связана с тем, что сам пост с высокой степенью вовлеченности аудитории способен стать триггером, усилить существующий триггер, или способствовать манифестированию конфликта. Основной инструмент работы в социальных сетях это – пост, который представляет собой информационный блок, размещенный пользователем в блоге, микроблоге или форуме с целью получения паблицитного капитала. Под «постом-триггером» понимается сообщение, размещенное в социальных сетях, вызвавшее высокий интерес аудитории. В приведенной ниже таблице можно посмотреть конфликты, имеющие самую высокую степень вовлеченности аудитории (индекс ER) и способствующее запуску каких-либо действий, реакций или событий (онлайн и офлайн).

Из 488 упоминаний в социальной сети ВК – сообщений по этнорелигиозной тематике, 255 можно отнести к триггер-постам, содержащих информацию о произошедших фактах физического насилия (драки, облавы, обыски).

Перечень конфликтов г. Новосибирска с наибольшим коэффициентом вовлеченности (ER)
Table 2
List of conflicts in Novosibirsk with the highest involvement ratio (ER)

ВК / VK	ER	Телеграмм / Telegram	ER
Показ фильма «Матильда» / Screening of the film "Matilda"	66,7	Мигранты и благоустройство на Хилокском жилмассиве: реакция общественности / Migrants and improvement in the Khiloksky housing estate: public reaction	14,6
Концерт польской метал-группы Behemoth / Concert of the Polish metal band Behemoth	44,5	Хилокский треугольник / Khilok triangle	14,6
Хилокский треугольник / Khilok triangle	22,5	Жестокое убийство девушки Хамроевым: реакция общественности / Brutal murder of a girl by Khamroev: public reaction	7,6
Православные активисты против концерта Мэрилина Мэнсона в Новосибирске / Orthodox activists against the Marilyn Manson concert in Novosibirsk	19,6	Русская Народная Дружина против фармацевта в хиджабе / Russian People's Druzhina against a pharmacist in a hijab	6
Мигранты на Хилокском: драка мигрантов с местным жителем / Migrants on Khilokskoye: fight between migrants and a local resident	17,1	Жители Красина против машин посетителей мечети / Residents of Krasin against the cars of mosque visitors	4,9
п. Северный против общежития для нелегальных мигрантов / Severny village against hostels for illegal migrants	16,8	Жители Ленинского района против цыганского табора / Residents of the Leninsky district against the gypsy camp	4,6
Жители Родников-Снегирей против мечети / Residents of Rodniki-Snegiri against the mosque	15,3	Драка мигрантов в Толмачево / Fight among migrants in Tolmachevo	4,3
Конфликт с плакатами, содержащими призыв, обращенный к мигрантам об отъезде из России / Conflict with posters containing an appeal to migrants to leave Russia	14,7	Мигранты на Хилокском: конфликт автоледи и мигрантов из-за перегороженного проезда / Migrants on Khilokskoye: conflict between motorists and migrants due to a blocked passage	2,4
Жестокое убийство девушки Хамроевым: реакция общественности / Brutal murder of a girl by Khamroev: public reaction	11,0	Мигранты на Хилокском: Драка мигрантов в микрорайоне Хилокский / Migrants on Khiloksky: Fight of migrants in the Khiloksky microdistrict	2,3
Православные активисты против оперы «Тангейзер» / Orthodox activists against the opera "Tannhäuser"	10,6	Мигранты угрожают русской семье расправой / Migrants threaten Russian family with violence	1,2

В структуре этномаркированных конфликтов, в отличие от ситуации по конфликтам в других сферах, наличие физического насилия: драки, избиения, массовые разборки и другое подрывают возможности регулирования и эскалации и положительным исходом- конфликто разрешения.

Создание сообщества и его продвижение требует активной позиции модератора и его знаний о распространении информации, а это невозможно без роли «модератор-субъект конфликта». Устойчивость и результативность в достижении цели обеспечивается благодаря структурной устойчивости онлайн группы, за счет совмещения возможностей сетей ВК и ТГ. Если коммуникативная активность первой обеспечивает высокую вовлеченность в онлайн и офлайн конфликт, то вторая, информационную поддержку, за счет активности в комментариях и поддержки региональных инфлюенсеров.

Активная коммуникация в социальных медиа повышает вовлеченность в конфликт горожан, властных и бизнес структур, способствует выходу в СМИ, что обостряет необходимость противоборствующей стороны входить в коммуникацию, тем самым создавая основания для формирования социальных контрактов. Такое групповое имплицитное соглашение может предполагать поиск компромиссных решений для выхода из конфликта: отсрочки решений, дополнение обязательств сторон, частичный отказ от каких-либо действий и др. Таким образом, эффективно выстроенные коммуникации в социальных медиа сокращают транзакционные издержки по манифестированию позиций, их отстаиванию или даже согласованию интересов.

Заключение (Conclusions). Полученные результаты позволили установить, что социальные, экономические конфликты, с высокой вероятностью приобретут этническую маркированность в случае, если участник идентифицируется по этнической принадлежности и/или обращения к этнической риторике. Этническое маркирова-

ние повышает к нему внимание и вероятность высокого общественного резонанса. Фактор наличия в конфликте физического, персонального насилия, существенно усиливает интерес горожан, такие конфликты имеют высокий коэффициент вовлеченности в социальных сетях именно по этой причине. Отмечено, что наибольший эмоциональный эффект свойственен конфликтам против личности и доступным для публичного наблюдения. Именно такие конфликты приобретают черты символизации. С ним сравнивают текущие конфликты, оценивая их с точки зрения угрозы физической безопасности или значимости для групп горожан. Доступность инструментов презентации контента существенно размывает границу между частным и публичным, что облегчают «выход» в публичную и медийную сферу микроконфликтов (конфликтов повседневности), которые вне этнического маркирования контекста не имели бы шанса стать резонансными. Это также изменило общее качественное содержание этнически маркированной конфликтности все более увеличивая в ней долю повседневности «случайно» ставшей публичной (драка подростков, конфликт в автобусе, пристают цыганки). Но «публичный конфликтный» контент СМИ и реакция на конфликты социальных медиа не всегда совпадает: до четверти всех упоминаемых в СМИ конфликтов городской повестки не находят отклика в социальных сетях. Однако большинство этнически маркированных конфликтов – носят хронический характер и связаны, как правило, с концентрацией трудовых мигрантов или групп с высокой этнокультурной дистанцией на деградируемых территориях, а также соседством с ними.

Использование социальных медиа превращается в норму поведения современного человека и дает основание говорить о превращении социальных практик в интегративный социальный мегаинститут с уникальным институциональным поряд-

ком, способным воплощать и реализовывать в цифровой среде ключевые социальные функции.

Фактически ранее отсутствующая обратная связь редакции печатных локальных СМИ замещается мгновенным распространением информации через различные инструменты социальных медиа: интернет-форумы; блоги; подкасты; вики; электронная почта; социальные сети; социальные агрегаторы; онлайн-игры. Под мощным прессом инфлюенсеров, как лидеров мнений, их коллаборации, социальные медиа оказывают колоссальное влияние на процессы конфронтационной мобилизации населения в ситуациях противостояния социальным и экономическим изменениям, особенно на уровне локальной территории, города или региона.

Выделяя особенности этнически маркированных конфликтов, следует обратить внимание на их характеристики, содержащиеся в себе признаки сложности:

- они событийны;
- связаны с другими проблемами города, и вторичны в их манифестировании (сначала проблема, затем фокус на этническую идентификацию);
- имеют потенциал к мобилизации, выходящей за границы ограниченной локальной территории или повестки, запуск механизмов традиционной этнической мобилизации;
- социальные сети и социальным медиа облегчают направленный или случайный «вход» в публичную и медийную сферу, что позволяет конфликтам повседневности трансформироваться в публичные и стать резонансными из-за присутствия в них этнической составляющей и реакции социальных сетей.

Этнические (этнорелигиозные) конфликты обладают (частично обладают) свойствами сложного городского конфликта:

множественностью: многосубъектность акторов, действующих на разных уровнях властных и социальных отноше-

ний, носителей множественных справедливостей; множественная предметность заявляемых повесток, семантическая сложность конфликтных коммуникаций;

связанностью: установление многообразных зависимостей, связей, сетей, как между элементами конфликта с усугублением внутренней сложности, так и между конфликтами, их акторами, формирование союзов и коалиций, выстраивание сложных властных отношений;

устойчивостью и онтологической самостоятельностью элементов конфликта вне его протекания в случае его завершения или перехода в спящий режим;

структурной подвижностью: взаимовлияние и подвижность элементов внутри конфликта, подвижность связей и границ, динамичность развертывания, изменения симметрии/ассиметрии конфликта, дихотомичность функционального потенциала осуществляемых действий: обострения и ослабления конфликта.

Список литературы

- Бернейс Э. Кристаллизация общественного мнения. М.: Вильямс, 2015. 272 с.
- Брубейкер Р. Этничность без групп. М.: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2012. 408 с.
- Геоинформационная база данных конфликтов Новосибирской агломерации «Конфликты NSK» / Дерига Е. С., Лобанов Ю. С., Сергеева З. Н., Скалабан И. А. URL: <https://conflictsnsk.ru> (дата обращения: 12.05.2024).
- Дятлов В. И. Этнизация общественного пространства: причины и механизмы процесса // Вестник Томского государственного университета. История. 2015. № 5. С. 9-15.
- Кастельс М. Власть коммуникации: учеб. пособие / пер. с англ. Н. М. Тылевич; под науч. ред. А. И. Черных; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2016. 564, [4] с. (Переводные учебники ВШЭ).
- Липпман У. Общественное мнение, 2021 г. URL: <http://socioline.ru/book/uolterlippman-obschestvennoe-mnenie#attachments> (дата обращения: 02.05.2024).

Мид Дж. Г. *Философия настоящего* / пер. с англ. под науч. ред. В. Г. Николаева. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. 272 с.

Ноэль-Нойман Э. *Общественное мнение. Открытие спирали молчания*: Пер. с нем. / Общ. ред. и предисл. Н. С. Мансурова/ М.: Прогресс-Академия, Весь Мир, 1996. 52 с.

Скалабан И. А., Лобанов Ю. С., Сергеева З. Н., Волченко С. Ю. «Уровень опасений зашкаливает!»: как изменения становятся триггерами городских конфликтов. Кейс г. Новосибирска // *Социология власти*. 2023. Т. 35, № 1. С. 190-218.

Юсупова Г. Н., Озерова К.А. Культурные этнические инициативы и (де)политизация этничности в России // *Социология власти*. 2021. Т. 33, № 2. С. 147-167.

Joseph N. Cappella *Echo chamber. Rush Limbaugh and the conservative media establishment* // New York Oxford Univ. Press, 2008. 301 p.

Leonardi L *Social Conflicts and Citizenship in the Context of Societal Complexity* // *Società e politica*. 2023. № 14 (28). Pp. 33-39.

Trudelle C. *Urban Conflicts and SocioTerritorial Cohesion Consensus Building and Compromise in the Saint-Michel Neighbourhood in Montreal* // *Canadian Journal of Urban Research*. 2015. № 1. Pp. 138-157.

FINRA Investor Alert, *HYIP – High Yield Investment Programs Are Hazardous to Your Portfolio* 2024. URL: <https://web.archive.org/web/20150318145246/http://www.finra.org/investors/alerts/hyips%E2%80%94high-yield-investment-programs-are-hazardous-your-investment-portfolio> (дата обращения: 10.05.2024).

References

Bernejs, Je. (2015), *Kristalizacija obshhestvennogo mnenija* [Crystallization of public opinion], Vil'jams. (In Russian)

Brubejker, R. (2012), *Jetnichnost' bez grupp* [Ethnicity without groups], Izd. Dom Vysshej shkoly jekonomiki. (In Russian)

Geoinformacionnaja baza dannyh konfliktov Novosibirskoj aglomeracii «Konflikty NSK» [Geoinformation database of conflicts of the Novosibirsk agglomeration “NSK Conflicts”], Deriga E. S, Lobanov Ju. S, Sergeeva Z. N, Skalaban I., A. [Online], available at: <https://conflictsnsk.ru> (Accessed 12 May 2024). (In Russian)

Djatlov, V. (2015), “Ethnization of public space: causes and mechanisms of the process”,

Tomsk State University Journal. History, (5), 9-15. (In Russian)

Kastel's, M. (2016), *Vlast' kommunikacii* [The power of communication], in Chernyh (ed), Izd. Dom Vysshej shkoly jekonomiki, Moscow, Russia. (In Russian)

Lippman, U. (2021), *Obshhestvennoe mnenie* [Public opinion], [Online], available at: <http://socioline.ru/book/uolter-lippman-obshhestvennoe-mnenie#attachments> (Accessed 02 February 2021). (In Russian)

Mid, D. (2014), *Filosofija nastojashhego* [The philosophy of the present], in Nikolaeva (ed), Izd. dom Vysshej shkoly jekonomiki, Moscow, Russia. (In Russian)

Nojel'-Nojman, Je. (1996), *Obshhestvennoe mnenie. Otkrytie spirali molchanija* [Public opinion. Opening the Spiral of silence], ed. by Mansurova, Progress-Akademiya, Ves' Mir, Moscow, Russia. (In Russian)

Skalaban, I. and Lobanov, Ju and Sergeeva, Z. and Volchenko, S. (2023), ““The level of fear is off the scale!”: how changes become triggers of urban conflicts. The case of Novosibirsk”, *Sociology of Power*, 35 (1), 190-218. (In Russian)

Jusupova, G. and Ozerova, K. (2021), “Cultural ethnic initiatives and (de)politicization of ethnicity in Russia”, *Sociology of Power*, 33 (2), 147-167. (In Russian)

Joseph, N. (2008), *Cappella Echo chamber. Rush Limbaugh and the conservative media establishment*, New York Oxford Univ. Press, 301.

Leonardi, L (2023), *Social Conflicts and Citizenship in the Context of Societal Complexity*, *SOCIETÀ MUTA MENTO POLITICA*, 2023, 14 (28), 33-39.

Trudelle, C. (2015), *Urban Conflicts and SocioTerritorial Cohesion Consensus Building and Compromise in the Saint-Michel Neighbourhood in Montreal*, *Canadian Journal of Urban Research*, (1), 138-157.

FINRA Investor Alert (2024), *HYIP – High Yield Investment Programs Are Hazardous to Your Portfolio* [Online], available at: <https://web.archive.org/web/20150318145246/http://www.finra.org/investors/alerts/hyips%E2%80%94high-yield-investment-programs-are-hazardous-your-investment-portfolio> (Accessed 10 May 2024).

Статья поступила в редакцию 27 апреля 2024 г. Поступила после доработки 25 мая 2024 г. Принята к печати 10 июня 2024 г. Received 27 April 2024. Revised 25 May 2024. Accepted 10 June 2024.

Конфликты интересов: у автора нет конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: the author has no conflicts of interest to declare.

Сергеева Зоя Николаевна, кандидат социологических наук, доцент, начальник управления информационной политики, доцент кафедры Социологии и массовых коммуникаций

Новосибирского государственного технического университета, Новосибирск, Россия.

Zoya N. Sergeeva, candidate of social sciences, associate professor, head of the information policy department, associate professor of the department of Sociology and Mass Communications, Novosibirsk State Technical University, Novosibirsk, Russia.