

*Т. В. Кремень*

## ПОЛІТИЧНА МОБІЛІЗАЦІЯ ЗА ДОПОМОГОЮ ІНСТРУМЕНТУ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА

Розглядаються особливості політичної мобілізації через соціальні мережі, а також аналізується ефективність такої мобілізації. Стверджується, що соціальні медіа є ідеальним інструментом політичної мобілізації, оскільки уможливають швидке поширення інформації та акумулювання підтримки, створюючи емоційне тло залучення окремої особи до спільної справи. Водночас робиться застереження, що, якщо протестний рух не буде вчасно інституціоналізовано, соціальні медіа поступово можуть перетворювати процес політичної мобілізації у квазіпроцес, провокуючи слактивізм. Обґрунтовується висновок, що політичну мобілізацію з використанням інструменту соціальних медіа слід досліджувати на двох рівнях – на рівні індивідуальної трансформації об'єкта мобілізації і на рівні колективних дій, причому в короткотерміновій та довготерміновій перспективах.

*Ключові слова:* політична мобілізація, соціальні медіа, соціальні мережі, політична участь, інтернет, слактивізм, он-лайн, інформаційне суспільство.

*Проблема.* Політична мобілізація – неодмінна умова існування громадянського суспільства, оскільки його стабільність безпосередньо залежить від рівня громадянської активності. Стабільність преторіанських держав – таких, що, на відміну від громадянських, захищають інтереси лише однієї чи декількох соціальних груп, – базується на низькій політичній активності населення. Головним завданням авторитарної влади в такій державі стає мінімізація політичної активності населення, зведення її нанівець або утримання в певних межах. Відповідно традиційні канали політичної мобілізації – партії, преса, передвиборні перегони – монополізуються владою або підміняються квазіпроцесами.

У таких умовах особливого значення набувають нові канали політичної мобілізації населення – а саме соціальні медіа, так званий Веб 2.0. Їх набагато важче контролювати та обмежувати, вони доступні для використання будь-ким за умови вільного доступу до інтернету та створюють для окремих груп населення так звані вікна можливостей, виступаючи могутнім ресурсом акумуляції та активізації потенціалу опозиції. А проте політична мобілізація через соціальні медіа має ризики породження такого явища, як слактивізм, або інтернет-активізм, коли акумульований протестний потенціал зводиться нанівець, виливаючись зрештою лише в низку малозначущих акцій.

*Мета статті:* аналіз умов політичної мобілізації аполітичних громадян; розгляд політичної мобілізації як процесу перетворення

груп населення на політичну силу шляхом підвищення їхньої політичної свідомості.

Наразі не існує єдиної думки щодо ефективності політичної мобілізації через соціальні медіа – спектр оцінок тут дуже широкий: від оптимістичних [1] до цілком скептичних [2]. У часи започаткування соціальних медіа – наприкінці 1990-х років – до інтернету ставилися як до інструменту потенційного заохочення громадян до політичної участі [3]. Утім, поступово дослідники схиляються до більш негативних оцінок – погоджуються, що громадяни здійснюють певну політичну активність через соціальні мережі, але ця активність є розмитою та малоефективною [4], і головним її завданням стає формування почуття залученості активістів до важливих політичних питань [5]. Водночас створення потужних соціальних мереж, таких як Facebook, трансформує поняття громадянського активізму, породжуючи явище, яке визнають як мікроактивізм [6].

У нещодавньому дослідженні протестного руху в Росії соціологи Левада-Центру (Аналітичного центру Юрія Левади), визнаючи здатність соціальних медіа надзвичайно швидко передавати інформацію та настрої, дійшли висновку, що не можна переоцінювати значення мереж для суспільної мобілізації. На думку дослідників, коли градус суспільної напруженості починає падати, роль соціальних мереж знижується: слабких зв'язків, якими пов'язані між собою учасники соціальних мереж, недостатньо для того, щоб керувати мотивацією людей до дії.

Євген Морозов, російсько-американський дослідник впливу технологій на політичне і суспільне життя, оцінює роль соціальних медіа в політичній мобілізації однозначно негативно. Він визначає цю активність як слактивізм, тобто як таку, що не має особливого впливу на прийняття реальних політичних рішень і не тягне за собою певних зобов'язань, але задовольняє тих, хто її здійснює, оскільки створює ілюзію причетності до політичних процесів [7]. Дослідник розвиває ідеї Роберта Путнама, який зазначав, що політична участь в інтернеті призводить до того, що протестний потенціал громадян зводиться нанівець і слактивізм відволікає їхню увагу від більш ефективних, хоча й більш енергоємних, засобів політичної участі [8].

Більшість дослідників визначають політичну мобілізацію як механізм переведення латентної опозиції в маніфестовану форму. Але це визначення за всієї його коректності не є повним, бо відображає лише ту політичну мобілізацію, яка спрямована на зростання політичної активності населення, заохочення його до політичної участі.

На нашу думку, існує також і політична мінус-мобілізація, тобто деполітизація, – процес, ефект якого є зворотним до ефекту мобілізації, коли його наслідком стає зростання політичної апатії потенційних

виборців чи протестантів, поширення абсентеїстської моделі поведінки. Така мобілізація використовується в державах авторитарного типу, стабільність яких, як було зазначено С. Хантінгтоном, обернено залежить від політичної активності населення. Авторитарне керівництво має вирішувати два завдання, які суперечать одне одному. З одного боку, нівелювати по змозі конфлікти в суспільстві та придушити опозицію, а з другого – забезпечити мінімальну згоду населення з політикою держави. Мінус-мобілізація, спрямована на зростання політичної апатії, дає змогу вирішувати обидва ці питання одночасно.

Сприяють мінус-мобілізації розкол і радикалізація суспільства, коли різними соціальним групам стає все складніше знаходити спільну мову. Тоді наростає ефект “спіралі мовчання”, або “спіралі замовчування”, за визначенням німецького політолога Елізабет Ноель-Нойман. Згідно з її теорією людина з меншою імовірністю висловить свою думку, якщо відчуває, що вона в меншості, оскільки побоюється ізоляції або покарання [9]. Це побоювання стає початком “спіралі”, а потім страх зростає.

У такій ситуації мас-медіа висвітлюють події лише під одним кутом зору, відтак певна думка дістає статус-кво. Це впливає на громадську думку в цілому, і люди, які дотримуються інших поглядів, усе частіше не хочуть її висловлювати. Слід зазначити, що такий феномен стосується питань моральності, але не тих питань, які можна довести чи спростувати фактами.

Політична мінус-мобілізація свідчить передусім про певну незрілість, інфантильність суспільства, низький рівень політичної культури, є проявом соціально-психологічного синдрому “втечі від свободи та відповідальності”, описаного Еріхом Фроммом. Особа, позбавлена старих соціальних зв’язків, втративши впевненість та відчуття захищеності, шукає сильного покровителя, воліє підкоритися зовнішньому авторитету, причому часто надає йому харизматичних рис. Відповідно, вона добровільно відмовляється від політичної участі, вважаючи, що це справа виключно державних лідерів. Саме за таким принципом відбувається політична мінус-мобілізація в сучасній Росії.

Разом з тим саме соціальні медіа стають головним інструментом політичної мобілізації аполітичних верств населення. Власне, соціальні медіа постають як нова публічна сфера – у тому розумінні, як це вперше сформулював Юрген Габермас. У класичній інтерпретації публічна сфера – це простір раціональної дискусії, яка заснована на принципах відкритості та рівності сторін, а також на спільно розроблених і загально визнаних критеріях та стандартах. Саме в публічній сфері у процесі вільної дискусії та обміну інформацією виробляється те, що можна назвати громадською думкою.

Криза класичних ідеологічних об’єднань призводить до того, що соціальні мережі беруть на себе інструментальну функцію політичних

партій – політичну мобілізацію. Соціальні медіа створюють для окремих груп населення так звані вікна можливостей, надаючи могутній ресурс для швидкої політичної мобілізації, який можуть використати різні політичні актори. Ефективність політичної мобілізації через соціальні медіа обумовлена перш за все саме адресністю політичного повідомлення. Соціальні медіа виступають в ролі лупи, через яку суб'єкт мобілізації може розглядіти, яке саме повідомлення йому слід сформулювати для кращого впливу на об'єкт мобілізації.

Загалом можна виокремити три головних фактори, які сприяють ефективності політичної мобілізації через соціальні медіа: 1) усвідомлення можливості впливати на загальний процес; 2) відчуття участі в колективній справі – ти не один на один із системою, разом вас багато; 3) емоційне піднесення від процесу. Соціальні медіа дають змогу значно полегшити пошук спільників, знижуючи транзакційні затрати на шукання однодумців. Крім того, виявляється ефект власної участі в процесі, тобто індивід набуває власного досвіду, а отже, ці настановлення є більш сталими.

Політична активність, зосереджена в соціальних медіа, стає нормою для мільйонів людей, передусім молодих. За даними дослідження МакАртурвіського інституту [10], 41% молодих американців протягом останнього року здійснили хоча б одну дію політичного характеру в соціальних мережах он-лайн: засновували політичні групи, пересилали друзям політичне відео тощо.

Соціальні медіа ефективні в мобілізації, оскільки вони знижують рівень мотивації, необхідний для того, щоб взяти участь. Водночас слід зазначити, що саме через це політична участь, до якої громадяни схилилися завдяки впливу соціальних медіа, має певні особливості. Політична мобілізація через соціальні медіа потребує швидкого успіху, інакше вона зрештою так само швидко зводиться нанівець. Якщо енергія заперечення не трансформується в енергію творення, ефект від політичної мобілізації стає короткотерміновим. Мобілізація через соціальні медіа ефективна, якщо звертається до домінуючих реакцій, тобто коли людям не потрібно робити щось зовсім нове і незрозуміле.

Британський прем'єр Гордон Браун якось висловив думку, що в сучасних умовах події на кшталт геноциду в Руанді неможливі, оскільки завдяки інструменту нових медіа про них відразу ж стане відомо широкому загалу людей. Утім, коли помер Майкл Джексон, усі дискусії в Твіттері навколо уйгурських протестів у Китаї переключилися на нову, більш цікаву тему.

Одна з ключових особливостей соціальних медіа – дуже швидкий потік інформації. Будь-яка, навіть найважливіша, тема просто не може залишатися в топі дискусій надто довго – її змінить наступна сенсація або новина. Тобто, по-перше, агенти мобілізації можуть ефек-

тивно використовувати інструмент соціальних медіа лише як бліц-стратегію, швидко та агресивно. А по-друге, соціальні медіа можуть бути ефективним інструментом і для мінус-мобілізації, слугуючи своєрідним “опіумом для народу”, підмінюючи політичну інформацію скандалізованим контентом. Так, згідно з дослідженнями 2007 року, 70% повідомлень, якими обмінювалася молодь у Саудівській Аравії, були порнографічного змісту. Китайська влада толерує інтернет-піратів, хоча й цензурує всі сайти опозиційного характеру. Білоруські провайдери зобов’язані відстежувати всі дані своїх користувачів, але при цьому мають змогу заповнювати свої сервери піратським контентом, який їхні клієнти можуть вільно скачувати.

*Висновок.* Соціальні медіа можна вважати ідеальним інструментом політичної мобілізації, оскільки вони уможливають швидке поширення інформації та акумулювання підтримки, створюючи емоційне тло залучення окремої особи до спільної справи. А проте якщо протестний рух не буде вчасно інституціоналізовано, соціальні медіа можуть поступово перетворювати процес політичної мобілізації у квазіпроцес, провокуючи слактивізм.

Отже, політичну мобілізацію з використанням інструменту соціальних медіа слід досліджувати на двох рівнях: перший – індивідуальна трансформація об’єкта мобілізації, другий – колективні дії. Причому це потрібно робити в короткотерміновій і довготерміновій перспективах.

### *Література*

1. Shirky C. Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations / C. Shirky. – Penguin Press, 2008. – 327 p.
2. Morozov E. The brave new world of slacktivism [Електронний ресурс] E. Morozov // Foreign Policy. – 2009. – Режим доступу : [http://neteffect.foreignpolicy.com/posts/2009/05/19/the\\_brave\\_new\\_world\\_of\\_slacktivism](http://neteffect.foreignpolicy.com/posts/2009/05/19/the_brave_new_world_of_slacktivism) – (accessed 23 May 2012).
3. Ayres J. M. From the streets to the Internet: The cyber-diffusion of contention / J. M. Ayres // Annals of the American Academy of Political and Social Science. – 1999. – Vol. 566. – № 1. – P. 132–143.
4. Hindman M. The myth of digital democracy / M. Hindman. – Oxford : Princeton University Press, 2009. – 272 p.
5. Shulman S. W. The Internet still might (but probably won’t) change everything: Stakeholder views on the future of electronic rulemaking / S. W. Shulman // A Journal of Law and Policy for the Information Society. – 2005. – Vol. 1. – № 1. – P. 111–145.
6. Hindman M. The myth of digital democracy / M. Hindman. – Oxford : Princeton University Press, 2009. – 272 p.
7. Morozov E. The brave new world of slacktivism [Електронний ресурс] / E. Morozov // Foreign Policy. – 2009. – Режим доступу : [http://neteffect.foreignpolicy.com/posts/2009/05/19/the\\_brave\\_new\\_world\\_of\\_slacktivism](http://neteffect.foreignpolicy.com/posts/2009/05/19/the_brave_new_world_of_slacktivism) – (accessed 23 May 2012).

8. Putnam R. D. Bowling alone: The collapse and revival of American community / R. D. Putnam. – New York : Simon & Schuster, 2000. – 540 p.
9. Noelle-Neumann E. The Spiral of Silence: Public Opinion – Our Social Skin / E. Noelle-Neumann. – University of Chicago Press, 1993. – P. 58–69.
10. Social media powers youth participation in politics [Електронний ресурс] // Science Daily. – 2012. – 26 Jun. – Режим доступу : [www.sciencedaily.com/releases/2012/06/120626121043.htm](http://www.sciencedaily.com/releases/2012/06/120626121043.htm) (accessed 14 Dec 2012).

#### **Кремень Т. В. Политическая мобилизация с помощью инструмента социальных медиа**

Рассматриваются особенности политической мобилизации через социальные сети, а также анализируется эффективность такой мобилизации. Утверждается, что социальные медиа выступают идеальным инструментом политической мобилизации, поскольку делают возможным быстрое распространение информации и аккумуляцию поддержки, создавая эмоциональный фон включения конкретной личности в общее дело. Тем не менее делается предостережение относительно того, что если протестное движение не будет своевременно институционализировано, то социальные медиа постепенно могут превращать процесс политической мобилизации в квазипроцесс, провоцируя слактивизм. Обосновывается вывод, что политическая мобилизация с использованием инструмента социальных медиа должна исследоваться на двух уровнях – на уровне индивидуальной трансформации объекта мобилизации и на уровне коллективных действий, причем в краткосрочной и долгосрочной перспективах.

*Ключевые слова:* политическая мобилизация, социальные медиа, социальные сети, политическое участие, интернет, слактивизм, он-лайн, информационное общество.

#### **Kremen T. V. Political Mobilization with the Help of the Social Media Instrument**

The article addresses the specific features of political mobilization via the social networks as well as the effectiveness of such mobilization. It is postulated that social media serve an ideal tool of political mobilization as they favor the immediate information transmission and support accumulation producing the emotional context of an individual's being involved into a common doing. Nevertheless, in case of timely protesting movement institutionalization is lacking, there is a danger for the social media to gradually transform the political mobilization process into the quasi one which may lead to the slacker activism. The conclusion concerning the fact that the political mobilization and the social media as its tool are to be investigated with two levels in mind – on the level of mobilization object individual transformation and the common actions level both in the short-term and long-term prospects.

*Key words:* political mobilization, social media, social networks, political participation, the Internet, slacker activism, online, informational society.

© Кремень Т. В.