

тим, що людина сучасного суспільства формується та існує в мегайнформаційному просторі, створеному ЗМІ. Вона будує свою поведінку переважно на базі інформації, котра щоденно передається по теле- й радіоканалах, з друкованих видань й Інтернету. І в цьому значенні людина інформаційного суспільства невилна, оскільки не має нагоди самостійно, без участі мас-медіа отримувати всю необхідну інформацію про події, що відбуваються в світі. Безсумнівно, проблема впливу мас-медіа на свободу вибору особистості є надто широкою, щоб її можна було розкрити у межах статті. Тому, вона потребує подальшого глибокого вивчення.

ЛІТЕРАТУРА

1. Богомоллова Н. Массовая коммуникация и общение / Н.Н. Богомоллова. – М.: Знание, 1988. – 78 с.
2. Березкина О. Политический имидж в современной политической культуре: автореф. дисс. ... д-ра политол. наук. – СПб.: Питер, 1999. – 30 с.
3. Doow L.W. Public opinion and propagation / L.W. Doow. – New York.: Springer, 1966. – 286 p.
4. Thompson T. Discrimination and popular culture / T. Thompson. – London.: Longman Group, 1964. – 235 p.
5. Дуцик Д. Політична журналістика / Д. Дуцик. – К.: Вид. дім „Кієво-Могилянська акад.”, 2005. – 138 с.
6. Павлова Е. Манипуляционный потенциал средств массовой информации / Е.Д. Павлова // Актуальные проблемы современной науки. – 2004. – № 2. – С. 145-146.
7. Плетт В. Стратегическая разведка: основные принципы / В. Плетт. – М.: Форум, 1997. – 345 с.
8. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием / Г. Шиллер; [пер. с англ.; науч. ред. Я.Н. Засурский]. – М.: Мысль, 1980. – 326 с.
9. Гэлбрейт Дж. Новое индустриальное общество / Дж. Гэлбрейт. – М.: Мысль, 1968. – 266 с.
10. Брайнт Дж. Основы воздействия СМИ / Дж. Брайнт, С. Томпсон; [пер. с англ. В. В. Кулеба и Я. А. Лебеденко; пер. под ред. Э. В. Крайников]. – М.: Издат.дом „Вильямс”, 2004. – 425 с.

УДК 321.6:316.77

Кремень Т.В.

Київський національний університет
імені Т.Г.Шевченка

СОЦІАЛЬНІ МЕДІА ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОЛІТИЧНОЇ МОБІЛІЗАЦІЇ В АВТОРИТАРНИХ ДЕРЖАВАХ

Розглянуто особливості процесу політичної мобілізації через соціальні мережі в авторитарних державах на прикладі подій в Ірані, Білорусі та Єгипті, а також аналізується ефективність такої мобілізації. Досліджується питання використання соціальних мереж різними суб'єктами політичної мобілізації.

Ключові слова: політична мобілізація, соціальні медіа, політична участь, Інтернет, digital natives, інформаційне суспільство, grassroots democracy

© Кремень Т.В., 2012.

Кремень Т.В.

СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА КАК ИНСТРУМЕНТ ПОЛИТИЧЕСКОЙ МОБИЛИЗАЦИИ В АВТОРИТАРНЫХ ГОСУДАРСТВАХ

Рассматриваются особенности процесса политической мобилизации через социальные сети в авторитарных государствах на примере событий в Иране, Белоруссии и Египте, а также анализируется эффективность такой мобилизации. Изучается вопрос использования социальных сетей разными субъектами политической мобилизации.

Ключевые слова: *политическая стабилизация, социальные медиа, политическое участие, Интернет, digital natives, информационное общество, grassroots democracy*

Kremen T.

SOCIAL MEDIA AS A INSTRUMENT OF POLITICAL MOBILIZATION IN THE AUTHORITARIAN STATES

The article is dedicated to the political mobilization process realized through social media resources in authoritarian political systems like Iran, Egypt or Belarus by different actors. The effect of this type of mobilization is analyzed as well.

Key words: *political mobilization, social media, Internet, political participation, informational society, digital natives, grassroots democracy*

Політична мобілізація населення – тобто, створення потенціалу опозиції та активізація потенціалу опозиції – є єдиним шляхом для демократичних перетворень в авторитарних і тоталітарних державах, оскільки саме політична мобілізація забезпечує розмиття масиву старих соціальних, економічних і психологічних зобов'язань і сприяє набуттю індивідами нових зразків поведінки.

Авторитарні держави намагаються обмежити традиційні канали політичної мобілізації – передвиборчі процеси, вільну пресу, політичні партії тощо – блокуючи їх або створюючи квазіподібні процеси, підміняючи процес акумуляції спільних інтересів роботою з „політичного просвітництва мас”. Особливого значення в такій ситуації набувають нові канали політичної мобілізації, які складніше обмежити та контролювати – перш за все, звісно, соціальні мас-медіа, так звані Веб 2.0. Соціальні мережі створюють для окремих груп населення так звані „вікна можливостей”, надаючи могутній ресурс для швидкої політичної мобілізації. Водночас, цей ресурс можуть використовувати різні політичні актори, не тільки протестні групи, але й ті ж самі владні структури, прикладом чого є події в Ірані та Білорусі, де уряди успішно задіяли соціальні мережі он-лайн для виявлення та нейтралізації активних протестантів. Окрім того, є серйозні ризики того, що політична мобілізація через

соціальні медіа призводить до зведення протестного потенціалу нанівець, слугуючи своєрідним клапаном для спускання пару і породжуючи таке явище, як слактивізм.

Політична мобілізація через соціальні мас-медіа он-лайн – тема дискусійна, яка збирає весь спектр оцінок – від оптимістичної [1] до повністю песимістичних прогнозів [2]. Спочатку до Інтернету ставились як до потенційного посилювача політичної участі – такої точки зору дотримувався Джефрі Айрес [3, pp. 132–143]. Дехто стверджує, що Інтернет має дуже помірний вплив на мобілізацію громадян [4, pp. 53–67]. Більшість погоджується, що громадяни здійснюють певну політичну активність через соціальні мережі, але ця активність є розмитою та малоефективною [5], і головним її завданням стає почуття залучення активістів до важливих політичних питань [6]. Водночас створення потужних соціальних мереж, таких як Facebook, трансформує поняття громадянського активізму, породжуючи явище, яке визначають як мікро-активізм [5].

Неоднозначними є оцінки щодо ролі соціальних мереж у серії заворушень, які призвели до революції в Єгипті та серйозних протестів в Ірані. Так, частина дослідників скептично оцінюють роль соціальних мереж, визначаючи цю активність як *слактивізм* – таку, що не має особливого впливу на прийняття реальних політичних рішень і не

тягне зобов'язань, але задовольняє тих, хто її здійснює, оскільки створює ілюзію причетності до політичних процесів [2]. Висловлювались побоювання, що активність такого роду є шкідливою, оскільки політичні цілі не досягаються, але, разом із тим, протестний потенціал громадян зводиться нанівець, і слактивізм відволікає їхню увагу від більш ефективних, хоча і більш енергоємних засобів політичної участі [7].

Д-Л. Бейер зазначає, що політичну мобілізацію в соціальних мережах стимулює декілька факторів: високий рівень анонімності користувачів мережі та суттєвий розрив між моральними нормами в он-лайн просторі та в реальному, так званому оф-лайн світі, що допомагає акумулювати протестні настрої молоді. Водночас, на думку дослідника, політична мобілізація через соціальні мережі вирізняється дещо епізодичним і спорадичним характером [8].

Норвезькі дослідники роблять висновок про те, що соціальні медіа сприяють політичній мобілізації населення, оскільки забезпечують доступ до інформації та таким чином провокують зростання інтересу до участі в якихось акціях. Водночас зазначається, що між тими, хто був мобілізований через соціальні мережі, та тими, хто був мобілізований більш класичним шляхом – через політичні організації, існує різниця. У перших нижчий соціальний статус, вони, як правило, молодші [9].

Метою статті є визначити, яким є вплив соціальних мереж на політичну активність населення, і чи є політична мобілізація через соціальні медіа ефективнішою за традиційні форми мобілізації. Це також включає в себе дослідження того, як авторитарні режими можуть використовувати соціальні медіа для політичної пропаганди. Також вивчається питання, чи можуть користувачі соціальних мереж, в разі потреби, здійснювати політичну активність і більш традиційними методами.

Дослідження проводиться на прикладі протестних подій в Ірані, Єгипті та Білорусі за допомогою вивчення новин, блогів та академічних джерел. Хоча дискусії, які стосуються соціальних мереж, складно обмежити географічним регіоном, дослідження фокусується на авторитарних системах, оскільки політична мобілізація населення опозицією в цих державах є необхідною умовою для демократичних змін. Окрім того, Інтернет і соціальні мережі виступають не лише як інструмент

політичної мобілізації, але й як фактор, який її провокує. Водночас, цікавим є те, що інструмент соціальних медіа може використовуватися і владними структурами, демонстрацією чого є державна інтернет-політика в Китаї.

Політична мобілізація розглядається як процес перетворення певних груп населення із психологічного, культурного або соціального чинника на політичну силу шляхом підвищення їхньої політичної свідомості, політичне ангажування.

Американський політолог Семюел Хантінгтон поділяв суспільства на громадянські – тобто, з високим рівнем політичної інституціоналізації, такі, що дозволяють всім соціальним групам мати канали для впливу на політичні рішення; та преторіанські, з низьким рівнем політичної інституціоналізації, такі, що захищають інтереси лише одної чи декількох соціальних груп [10]. Політолог зазначав, що стабільність перших прямо пропорційна політичній активності населення, і навпаки, стабільність преторіанських суспільств базується саме на низькій політичній активності населення [10].

Відповідно, держави з авторитарним режимом – преторіанські автократії – спрямовують свою політику на те, щоб мінімізувати політичну активність населення або утримувати її в певних рамках. Традиційні канали політичної мобілізації блокуються або використовуються виключно державою. Обмежується свобода слова. В рамках авторитарної мобілізації процес акумуляції суспільних інтересів підміняється роботою з „політичного просвітництва мас”. Авторитарна мобілізація пронизує всю систему суспільного життя і фактично формує політичну думку. Носії інших політичних уподобань вимушені шукати альтернативні канали взаємодії на об'єкти мобілізації – перш за все, ними стають соціальні мас-медіа.

Соціальні медіа об'єднують у собі електронні мас-медіа, широкий спектр Інтернет і мобільних сервісів – Інтернет-спільноти, стрічки новин, блоги, форуми тощо, – які дозволяють їхнім користувачам брати участь в одночасному обміні інформацією, роблячи свій внесок у створенні інформаційного повідомлення. Принциповою відмінністю соціальних ЗМІ від традиційних є їхня досяжність для будь-яких соціальних груп. Цей інструмент однаково легко може бути використано як владою або політичними партіями, так і громадською

спільнотою чи окремими суспільними об'єднаннями, чи навіть окремими громадянами. Соціальні медіа дозволяють окремим особам, компаніям, організаціям, урядам і парламентаріям привернути увагу великої кількості людей з відносно невеликими затратами зусиль і фінансів.

Показовим є приклад протестного „руху 6 квітня” в Єгипті, який виріс з групи у Фейсбук, однієї з найпопулярніших соціальних мереж он-лайн. У березні 2008 р. єгиптянка Есраа Абдель Фатта на підтримку страйку на текстильній фабриці в індустріальному місті Ель-Махала створила групу у Фейсбук – передбачалось, що 6 квітня на фабриці оголосять страйк. У групі закликали протестантів носити чорне та залишитися дома в день страйку [11]. За короткий час група набрала десятки тисяч прихильників, переважна більшість з яких були молоді єгиптяни, активні користувачі Фейсбук, які раніше не помічались в особливій політичній активності. Розголос набув таких масштабів, що 6 квітня 2008 р., день, який було призначено для страйку, широка коаліція опозиційних партій висловила свою підтримку протесту. Дівчину та декілька активних учасників групи було заарештовано, але це жодним чином не вплинуло на активність групи. У січні 2009 р. членами групи було 70 000 осіб – більшість з них молоді та освічені, і до моменту створення групи вони не брали участі в жодних політичних акціях – що пояснюється, звісно, і забороною на проведення будь-яких публічних заходів в Єгипті: з 1981 року, коли в країні було введено надзвичайний стан, людям заборонялось без дозволу влади збиратися у публічних місцях у кількості більш, ніж п'ять осіб.

Соціальні мережі стали ідеальною платформою для запеклих політичних дискусій, набувши ролі публічного простору. Учасники групи обговорювали непотизм влади, свободу слова, стагнацію економіки. Окрім того, вони організували публічні акції, вимагаючи звільнити журналістів, яких було ув'язнено.

Одна з найбільш помітних акцій, до яких була причетна група 6 квітня, стали протести після жорстокого вбивства єгипетського програміста Халеда Саїда. Він був забитий насмерть двома поліцейськими 6 червня 2010 р. в інтернет-кафе поруч з власним будинком в Александрії. Провина його полягала в тому, що він виклав в Інтернет фотозйомку, яка зафіксувала, як ці поліцейські ділили між собою здобуток

після обшуку будинку, де вони конфіскували наркотики [12]. Його смерть спровокувала величезний ріст політичної активності серед молоді – обличчя вбитого взяли собі в якості фотографії профілю тисячі користувачів Фейсбук. Сотні свідків додавали якусь інформацію про подібні випадки. Були організовані акції протесту в ряді єгипетських міст – сотні молодих людей, хлопців і дівчат, тримаючись на відстані більш ніж декілька метрів один від одного – щоб не попасти під звинувачення у нелегальних зборах – стояли уздовж берегів Нилу чи моря, одягнені в чорне, та читали. Зйомки цих акцій викладались в Інтернет, заохочуючи інших до участі у наступних акціях.

Група 6 квітня, як і інші політичні форуми в Інтернеті, зіграли важливу роль в організації протестів 2001 р., які врешті-решт призвели до зміни влади. Водночас лідери групи завжди підкреслювали, що рух 6 квітня не є політичною партією, і що їхньою метою було не захоплювати владу, а контролювати її законність [13]. Так, вже після повалення режиму Хосні Мубарака, в жовтні 2011 р. група розпочала кампанію „біле коло-чорне коло”, метою якої було не допустити колишніх членів режиму Мубарака до участі в політичному житті країни. В чорне коло група вносила кандидатів, які визначались зв'язками з колишньою владою або були помічені в корупції. Біле коло являло собою набір кваліфікацій і характеристик, які за сподіваннями членів групи мали бути властиві майбутнім урядовцям.

Водночас успіх політичної мобілізації он-лайн в Єгипті полягав у тому числі і в зростаючій готовності людей вийти на вулиці задля протесту. Соціальні медіа виступили тут в ролі громадської сфери, в якій змогли зібратися противники існуючої влади; безумовно, вони і раніше були незадоволені діями влади, але не мали змоги знайти людей, з якими вони могли б разом виступити у протесті.

Схожі спроби активізувати населення в Білорусі під час президентських виборів 2006 року не привели до такої ж ефективної відповіді – частково завдяки швидкій реакції влади. Короткі та невдалі акції протесту в Мінську – мітинги – жорстоко подавлялись. Тоді протестанти вдалися до формату флешмобів, групових акцій, коли через соціальні медіа збирається група людей, які потім у публічному місці виконують якісь однакові, часто сюрреалістичні дії. Один із політичних флешмобів полягав у тому, що

дуже багато людей в одному місці водночас лизали морозиво – підтекст передбачався такий: „Краще лизати морозиво, ніж зад президенту”. Все це фотографувалося, фотографії викладались у соціальні медіа.

Відразу ж після першого флешмобу білоруські правоохоронці почали моніторити сайт, на якому він організовувався. Поліція почала з’являтися на місці майбутніх флешмобів раніше за учасників – їх затримували, а інколи і просто фотографували, з тим, щоби потім ідентифікувати і викликати на допити в КГБ, загрожуючи можливим виключенням з університету, або чимось іншим [14]. Поліцейська активність спричинила те, що відвідуваність сайту зменшилась у рази. Соціальні медіа, фактично, почали гасити можливу революцію, оскільки, під впливом держави, трансливали страх серед потенційно активної частини населення – освіченої проєвропейської молоді.

Чималу роль в організації протестів зіграли соціальні медіа в Ірані, в 2009 р., коли уряд заборонив доступ іноземних журналістів з камерами на територію держави. Втім, це не завадило учасникам демонстрацій знімати на мобільні телефони те, як поліція жорстоко придушує протести, а потім оприлюднити ці матеріали в Інтернеті – відеоролики викладались на сервісі YouTube, а самі акції протесту координувались через мережу коротких повідомлень Twitter – в неї легко писати з мобільного, і вона не була на той час заблокована в Ірані, на відміну від ряду інших. Це призвело до величезного міжнародного розголосу, зростання кількості протестів, але не спричинило повалення існуючого режиму. Більше того, за деякий час поліція Ірану почала оприлюднювати в соціальних мережах знімки активних протестантів, з тим, щоб іранці, які підтримують владу, могли б їх впізнати. Паралельно в Ірані поступово закривається доступ до всіх можливих соціальних мереж – влада навіть має намір в 2013 році повністю заборонити доступ в Інтернет, створивши натомість власну внутрішню мережу [15].

Китайська влада підходить до питання цензури в Інтернет більш вишукано. На відміну від Ірану, де просто намагаються обмежити будь-який можливий вплив опозиційних сил через Інтернет, в Китаї через соціальні мережі влада намагається впливати на формування політичної думки, перехоплюючи ініціативу політичної

мобілізації. Так, в Китаї діє так звана „п’ятидесятицентовая армія”, Умаодан. Вона складається з 280 тисяч блогерів, які за гроші скеровують дискусії в Інтернеті в „ідеологічно правильне” русло, отримуючи по 50 центів за один коментар [16]. Кількість таких користувачів точно невідома, але становить десятки тисяч чоловік; приблизно 280 000 або 300 000 за оцінкою британської газети The Guardian. Загальна кількість користувачів інтернету в Китаї перевищує 300 мільйонів.

Умаодан діє в чатах, блогах, на форумах. До найбільш гострих тем входять відносини материкового Китаю з островом Тайвань, Тибет, приховування інформації про епідемії та забрудненні навколишнього середовища, цензура в Інтернеті та арешти дисидентів. Уперше Умаодан почала діяти в 2005 р., коли місцева влада стали спеціально наймати веб-коментаторів. 23 січня 2007 р. у своїй промові глава КНР Ху Цзіньтао закликав „досягти переваги в громадській думці в інтернеті” і „активно використовувати нові технології для зміцнення позитивної пропаганди”. Після цього платні коментатори стали активно найматися у всіх регіонах Китаю.

На сьогодні практично будь-який негативний відгук про дії властей моментально отримує коментарі від Умаодан, що висміюють автора і спростовують його думку. Подібні „кібербригади” створюються і в інших країнах, таких як Нігерія, Куба, Азербайджан і Венесуела.

Схожа система діє в Росії, Е.Морозов визначає її як „соціальний контроль” [2]. Вона не передбачає формальної і безпосередньої цензури. Армії проурядових користувачів мережі, до яких часто входять і люди, що підробляють подібними речами, атакують сайти, які їм не подобаються, роблячи їх недоступними для користувачів навіть у тих країнах, в яких немає взагалі ніякої цензури і Інтернету.

Соціальні медіа є ідеальним інструментом політичної мобілізації, який можуть використовувати будь-які актори – від держави до протестних рухів. Політична мобілізація через соціальні мережі вирізняється високою адресністю, вона цілеспрямована на конкретного споживача і сприяє залученню до політичних процесів аполітичні верстви населення. Водночас політична мобілізація через соціальні мережі, якщо вона не буде продовжена через

більш традиційні форми, має великий ризик зійти нанівець.

ЛІТЕРАТУРА

1. Shirky C. Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations / C. Shirky. – Penguin Press, 2008.
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
3. Ayres J. M. From the streets to the Internet: The cyber-diffusion of contention / J.Ayres // Annals of the American Academy of Political and Social Science. – 1999. – Vol.566. – No 1.
4. Bimber B. Information and political engagement in America: The search for effects of information technology at the individual level / B.Bimber // Political Research Quarterly. – 2001. – Vol. 54. – No 1.
5. Hindman M. The myth of digital democracy / M. Hindman. – Oxford: Princeton University Press, 2009.
6. Shulman S. W. The Internet still might (but probably won't) change everything: Stakeholder views on the future of electronic rulemaking // A Journal of Law and Policy for the Information Society. – 2005. – volume 1, number 1, pp. 111–145.
7. Putnam R. D. Bowling alone: The collapse and revival of American community / R. D. Putnam. – New York: Simon & Schuster, 2000.
8. Beyer J. L. Youth and the Generation of Political Consciousness Online / J.L.Beyer. – University of Washington. – Washington, 2001. – 210 p.
9. Enjolras B. How do social media change the conditions for civic and political mobilization? [Електронний ресурс] / B.Enjolras // Programme for the Workshops at the 3rd International Conference on Democracy as Idea and Practice. – Режим доступу: <http://www.uio.no/english/research/interfaculty-research-areas/democracy/news-and-events/events/conferences/2012/programme-3rd-2012.html>
10. Huntington S. P. Political Order in Changing Societies / Samuel P. Huntington. – New Haven and London: Yale University Press, 1968.
11. Wolman D. Cairo Activists Use Facebook to Rattle Regime [Електронний ресурс] / D.Wolman // Wired Magazine. – Режим доступу: http://www.wired.com/techbiz/startups/magazine/16-11/ff_facebookegypt
12. Kouddous S. A. Egypt: The Afterglow Has Faded [Електронний ресурс] / S. Kouddous // Pulitzer Center on crisis reporting. – Режим доступу: <http://pulitzercenter.org/reporting/egypt-cairo-protest-military-government-violence-coptic>
13. Salvatore A. Before (and After) the ‘Arab Spring’: From Connectedness to Mobilization in the Public Sphere [Електронний ресурс] / A. Salvatore. – Режим доступу: http://unior.academia.edu/ArmandoSalvatore/Papers/1464896/Before_and_After_the_Arab_Spring_From_Connectedness_to_Mobilization_in_the_Public_Sphere
14. Каныгин П. Белоруссия 2.0 [Електронний ресурс] / П. Каныгин // Новая газета. – Режим доступу: <http://www.novayagazeta.ru/politics/47566.html>
15. Hutchinson J. Iran government cuts off internet access as hardline regime makes a stand [Електронний ресурс] / J.Hutchinson // Dailymail. – Режим доступу: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2099549/Iran-government-cuts-internet-access-hardline-regime-makes-stand.html>
16. Bristow M. China's internet 'spin doctors' [Електронний ресурс] / M.Bristow // BBC News. – Режим доступу: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/asia-pacific/7783640.stm>