

Смартмоб как способ организации протестных акций

Научный руководитель – Соловьев Александр Иванович

Панченко Наталья Александровна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет
политологии, Москва, Россия

E-mail: natalia3panchenko@gmail.com

Следствием распространения с конца XX века информационно-коммуникационных технологий стала интенсификация виртуальных сетевых взаимодействий, повлекшая структурные изменения не только в характере политической коммуникации в целом, но и в формах политического участия и способах политической мобилизации. В частности, сейчас текстинг посредством SMS-сообщений и технологии интернет-коммуникации широко используются в том числе и как технология мобилизации масс для протестной политической активности в офлайн-пространстве.

Благодаря мобильной телефонии и интернету практически неограниченное количество людей получило возможность договориться о синхронном совершении заранее согласованных действий. Для обозначения этого феномена американский социолог Говард Рейнгольд ввел понятие «умная толпа» (англ. smart mob): «Умные толпы состоят из людей, способных действовать согласованно, даже не зная друг друга. Люди, составляющие умные толпы, сотрудничают невиданным прежде образом благодаря имеющимся у них устройствам, которые обеспечивают связь и вычисления» [3]. Благодаря мобильным средствам коммуникации традиционная толпа (в понимании классиков Г. Лебона [2] и Г. Тарда [4]) превращается в «умную», в результате чего «традиционные представления о толпе перестают работать и объяснять возникающие эффекты при проведении массовых протестных акций сетевых пользователей в офлайн-пространстве» [1]. Некоторые ученые также отмечают, что «умные толпы» в условиях «традиционной» толпы, ориентируясь на информацию, поступающую через мобильные устройства, меньше реагируют на внешнее воздействие [5].

Представляется, что на первом этапе своего развития (примерно до 2005 года) «умные толпы» организовывались преимущественно при помощи SMS-сообщений, затем, в силу все большей распространенности и доступности сети Интернет, основным средством организации смартмобов стали интернет-ресурсы.

Рассмотрим основные преимущества SMS-сервисов, обусловившие широкое распространение технологии «умных толп» в начале XXI века. SMS-сообщения обеспечивают гарантированное получение информации реципиентом, охват практически всей аудитории владельцев сотовых телефонов, кроме того, существует возможность персонализированных и таргетированных SMS-рассылок [1]. Ярким примером эффективности SMS-технологий для мобилизации масс служат события 2001 г. на Филиппинах. После того, как сенаторы-сторонники Джозефа Эстрады блокировали процедуру его импичмента по обвинению в коррупции, лидеры оппозиции начали рассылку SMS-сообщений с призывами к недовольным одеться в черное и выйти на бульвар EDSA. В акции приняло участие около миллиона человек, результатом чего стала отставка Эстрады [6]. Однако, следует отметить, что основным недостатком SMS-сервисов является однонаправленность коммуникации, то есть отсутствие обратной связи. Сейчас SMS-рассылки используются для организации протекстных акций все реже, на смену им пришли интернет-ресурсы — блоги, социальные сети и другие.

Могут быть выделены следующие основные черты современной сетевой коммуникации, способствующие популярности и эффективности технологии смартфонов. Во-первых, скорость распространения информации и относительная дешевизна передачи сообщений. Во-вторых, горизонтальность, то есть субъект-субъектная коммуникация, что повышает уровень доверия к получаемой информации у реципиента [1]. В-третьих, замена традиционных классов «информационными сообществами», которые объединяют пользователей по демографическим, профессиональным, политическим или иным характеристикам, что позволяет таргетировать информационные сообщения на необходимую целевую аудиторию. Наконец, можно отметить экстерриториальность и экстермпоральность интернет-коммуникаций, обеспечивающие передачу информации пользователями вне зависимости от места нахождения и времени.

Однако технология «умных толп» не позволяет преодолеть недостаток, присущий толпам «традиционным»: нередко инициаторы протестной активности, используя сетевые коммуникации, объединяют людей для проведения тех или иных акций, не создавая прочных социальных связей между участниками. Как следствие, смартфоны распадаются так же быстро, как и создаются, что соответствует достижению краткосрочных целей, но не подходит для долгосрочных [5].

Таким образом, «умные толпы» собранные посредством интернет-коммуникаций обладают высоким мобилизационным потенциалом, позволяющим инициировать протестную активность граждан без серьезных временных и финансовых затрат. Но, представляется, что технология смартфонов подходит для организации краткосрочных акций, а вероятность перерастания «умных толп» в более долгосрочное политическое движение без дополнительных технологий мобилизации остается низкой.

Источники и литература

- 1) Володенков С. В. Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления. М., 2015
- 2) Лебон Г. Психология народов и масс. СПб., 1995
- 3) Рейнгольд Г. Умная толпа : новая социальная революция. М., 2006
- 4) Тард Г. Социальные этюды. СПб., 1902
- 5) Тихонова С. В., Халин К. Е. Политическая мифология в сетевом обществе: от смерти политики к «умным толпам»? // Вестник Моск. ун-та, Сер. 18. Социология и политология. 2008. No. 3. С. 19-34.
- 6) Howard Rheingold. Mobile Media and Political Collective Action // Handbook of Mobile Communication Studies edited by James E. Katz. The MIT Press, 2008