

Секция «Политическая коммуникация в цифровом обществе: новые тенденции и их осмысление»

Клик и хештег: политическое действие или симуляция активности?

Научный руководитель – Самуйлова Ирина Алексеевна

Глобина Анна Константиновна

Студент (магистр)

Санкт-Петербургский государственный университет, Факультет психологии,
Санкт-Петербург, Россия
E-mail: agak712@gmail.com

С развитием информационных технологий сфера медиа претерпела ряд трансформаций, в результате которых её функциональность, ранее ограниченная передачей данных в массы, была существенно расширена[1,2]. Стал открытым доступ к инициации публичных дискуссий, выражению своего мнения, к упрощённому формированию групп единомышленников. Исчезли и пространственно-временные рамки. С появлением едва ли не безграничного преимущества быть услышанным образовались потоки разнородной информации, порождающие «десакрализацию» принятия политических решений, личностных особенностей политических акторов, «официальной версии» происходящего. Усложнились субъект-объектные отношения в виртуальном пространстве, на стыке онлайн- и офлайн-миров неизбежны уж если не столкновения, то открытые дискуссии о нормах и способах взаимодействия.

Так, не стоит недооценивать потенциал медиа-платформ для развития культуры политического участия, ведь острая реакция на высказывания, публичные действия субъектов политического поля свидетельствует о ценности для граждан-пользователей права активной артикуляции позиции[7]. Платформы политического онлайн-активизма обладают значительными ресурсами дискурсивного воздействия, инспирируют эмоциональный аспект политического мышления граждан. Так, для выстраивания мотивации, стимулирования активности могут задействоваться чувства справедливости и страха, ответственности и самоуважения. Важно здесь отметить и то, что это как нельзя более удачно соответствует тому, что к формам онлайн-участия в силу объективных причин (доступа и сформированной потребности) более склонны молодые люди, психические и физиологические особенности которых предполагает более острую реакцию на подобного рода стимулы[4].

Важно четко расставить ожидания, не требуя от онлайн-участия невозможного. Ограниченность влияния онлайн-участия, его относительная новизна и недостаточная легитимность в российских реалиях дают практически неисчерпаемый запас аргументов как сторонникам, так и противникам цифровой политической активности. Действительно, минимально затратные действия по подписанию подготовленных петиций, репосты и публикации во всех случаях приносят видимые изменения и являются эффективными инструментами мобилизации[5]. Сама концепция такого участия иронично называется «кликтивизмом»[3]. Тем не менее, прежде чем бескомпромиссно определять «скорость» и степень эффективности формы политического участия, необходимо принять к рассмотрению ряд соображений. Настолько ли бессильны в достижении поставленных целей петиции и другие безопасные и простые формы политического участия? При всей отсроченности результата (а иногда и совершенном его отсутствии) именно петиции и хештеги являются публичным действием снизу, располагающими инструментом визуализации массовости. Не составляет труда отследить количество подписей и публикаций, что решает ряд вызовов, брошенных обществу эпохой атомизации населения. Подписание онлайн-петиций

предполагает указание почтового адреса и имени и фамилии, а публикации и вовсе осуществляются человеком на личной странице в социальной сети.

Маловероятно, что онлайн-участие предложит универсальное решение проблем, связанных с гражданской активностью. Однако иногда именно так и порождаются политические трансформации: феномен Twitter-революций ввиду широкой распространенности может пополнить запас определений, находящихся в распоряжении политологов, социологов и психологов. Действительно, социальные движения экспансивно привлекают медийные инструменты для координации и мобилизации: распространяют символику и хештеги, запускают петиции. Тем не менее, относительно недавняя практика (можно привести в пример #BlackLivesMatter, #metoo, «Арабская весна») показывает, что и традиционные формы участия, такие как демонстрации и уличные протесты, сохраняют актуальность [6].

Таким образом, описанные выше формы политического участия, предлагая решение вопросов массовости и скорости распространения, не избавляют от необходимости дальнейшего выстраивания коммуникации и продвижения инициатив онлайн-сообщества. В чистом виде, без последующих действий, в том числе в оффлайн-пространстве, хештеги и петиции вполне вероятно продолжают функционировать на уровне сигнала, источника информации о подъеме общественного интереса к тому или иному вопросу. При этом человек, внося посильный вклад остается скорее пассивным субъектом политической жизни.

Источники и литература

- 1) 1. Маклюэн М. Понимание Медиа: внешние расширения человека. М.: Гиперборея, 2007. 464 с.
- 2) 2. Хабермас, Ю. Структурное изменение публичной сферы. Исследования относительно категории буржуазного общества. М.: Весь Мир, 2016. 344 с.
- 3) 3. Cabrera, N. L., Matias, C. E., & Montoya, R. Activism or slacktivism? The potential and pitfalls of social media in contemporary student activism // Journal of Diversity in Higher Education. 2017, №10(4), 400–415.
- 4) 4. Di Gennaro, C., & Dutton, W. The Internet and the public: Online and offline political participation in the United Kingdom // Parliamentary Affairs. 2006, №59(2), 299–313.
- 5) 5. Gibson, R., Cantijoch, M. Conceptualizing and measuring participation in the age of the Internet: Is online political engagement really different to offline? // The Journal of Politics. 2013, №75(3), 701–716.
- 6) 6. Li, Y., Bernard, J.-G., & Luczak-Roesch, M. Beyond Clicktivism: What Makes Digitally Native Activism Effective? An Exploration of the Sleeping Giants Movement // Social Media + Society. 2021.
- 7) 7. Samuilova, I & Bakuleva, K. 'Political participation of Russian youth in the context of virtualization of modern processes: cognitive foundations and behavioral manifestations' // SHS Web of Conferences 2021. vol. 101, 01014. <https://doi.org/10.1051/shsconf/2021101014>
- 8) 8. Theocharis, Y. The conceptualization of digitally networked participation // Social Media + Society. 2015, №1(2), 1–14.