

Кремень Т. В.\*

## НЕТРАДИЦІЙНА ПОЛІТИЧНА МОБІЛІЗАЦІЯ ЗА ДОПОМОГОЮ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА: ПРИКЛАД ІТАЛІЇ

*У статті розглянуто особливості використання соціальних медіа для політичної мобілізації електорату нетрадиційних політиків на прикладі партії Бене Гріло, популярність якого пояснюється принципово новим підходом до процесу формування політичних рішень.*

**Ключові слова:** соціальні медіа, нетрадиційні політики, рух 5 зірок, електорат індивідів, політична мобілізація.

*The article is dedicated to the study of political mobilization through social media by nontraditional political actors, whose popularity is based on the principally new approach to the political decision-making process. The author uses as an example the Party of Beppe Grillo.*

**Key words:** social media, non-traditional politicians, Motion 5 stars, the electorate of individuals, political mobilization.

*В статье рассматриваются особенности использования социальных медиа для политической мобилизации электората нетрадиционных политиков на примере партии Беппе Грилло, популярность которой поясняется принципиально новым подходом к процессу формирования политических решений.*

**Ключевые слова:** социальные медиа, нетрадиционные политики, движение 5 звезд, электорат индивидов, политическая мобилизация.

В класично-просвітницькій парадигмі найбільш активною та впливовою рушійною політичною силою вважався робітничий клас, то сьогодні, він не відіграє такої ролі. На думку А. Горца, революційним агентом слід відтепер вважати «не клас не-робітників», тобто тих, хто є вільним від «ідеології продуктивної праці», отже, може відмовитися від капіталістичної раціональності та отримати індивідуальну автономію [1].

Можна допустити, що роль рушійного, активного, пасіонарного класу, який здатний впливати на політичні процеси в цілому, переходить до так званих netcitizens або digital natives, тобто індивідів. Вони активно користуються соціальними медіа, і для них соціальні медіа є частиною повсякденного життя. Зазначимо, що це визначення не звучується до молоді або інтелектуалів, ці групи самі по собі не можуть сформувати повноцінну політичну суб'єктивність.

Цікавим прикладом роботи з таким електоратом є досвід італійського політичного діяча Бепе Гріло. Цей комедіант створив партію, яка на Парламентських виборах у лютому 2013 року отримала 26 % голосів виборців і таким чином стала найбільшою партією Італії. Партія одержала назву MoVimento 5 Stelle (M5S) і обрала стратегію дуже подібну до стратегії Партії піратів – наголос зроблено на неефективності традиційної політичної сис-

\* кандидат політичних наук, докторант філософського факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

теми та запропоновано повністю змінювати політичні еліти, заохочуючи до голосування досі аполітичні верстви населення. Один з його слоганів: «Традиційні партії померли». Принциповою відмінністю партії є те, що серед її членів нема професійних політиків – це досить незвична суміш вчителів, безробітних, медсестер, домогосподарок, молодих, старих та інших. Середній вік цих 163 членів парламенту – 31 рік, і більш ніж третина з них – жінки. Всі вони зобов'язались не перебувати в парламенті більш, ніж один термін – тобто, вони не будуть балотуватися за списками партії на наступних виборах.

За рік до виборів рейтинг руху 5 зірок складав десь біля 5%, а на виборах у 2010 році 5 зірок набрали 1,8% голосів виборців. Запорукою бурхливого зростання популярності руху стало вмiле використання соціальних медіа Беппе Гріло – фактично, вся його політична кар'єра була вибудована через соціальні медіа.

На початку 90-х Б. Грілло, на той момент популярний телевізійний комік, став персоною нон грата на італійському телебаченні після серії жорстких сатиричних коментарів на адресу Італійської соціалістичної партії. Він розпочав вести свій блог [www.beppegrillo.it](http://www.beppegrillo.it) у 2005 році, жорстко критикуючи існуючий політичний лад в Італії. З огляду на те, що італійські ЗМІ більш-менш контрольовані Сільвіо Берлусконі, його блог став справжньою альтернативою провладним мас-медіа. Свою популярність в соціальних мережах Гріло використовував для обговорення актуальних питань – корупції в італійському суспільстві; сексуальних скандалів, а також політики привілеїв та переваг, що створила, за визначенням Гріло, явище «Каста».

Наразі його блог у Фейсбуці читають більш ніж мільйон користувачів, його блог в Твіттері має майже 800 000 прихильників. Фактично, він найбільш популярний в соціальних медіа політик в усій Європі – блог британського прем'єр-міністра Девіда Кameron, наприклад, має в чотири рази меншу аудиторію. За версією авторитетного британського видання *The Guardian*, блог Гріло входить в десятку найбільш впливових і популярних блогів у світі.

Слід підкреслити, що італійські мас медіа майже повністю зосереджені в руках колишнього прем'єр-міністра Сільвіо Берлусконі. Так, три італійських громадських телеканали, які входять до компанії *Radiotelevisione Italiana* – RAI 1, RAI 2 та RAI 3 – належать державі, і їхнє правління обирається політичними партіями. Родина С. Берлусконі володіє *Mediaset*, найбільшою комерційною телекомпанією Італії з трьома телевізійними каналами – *Italia 1*, *Retequattro*, *Canale 5*, а також щоденною газетою *Il Giornale* та найбільшим видавничим домом в Італії *Mondadori Group*, який контролює велику кількість італійських та міжнародних новинних журналів, включаючи такі як *Rapogama*, *Grazia*, *Focus*, *Cosmopolitan*, *TV Sorrisi & Canzoni*. В такому медійному оточенні Інтернет став важливою альтернативною ангажованим та політизованим мас медіа. Італійська блогосфера наповнена дискусіями щодо нагальних політичних та соціальних питань, про які мовчать традиційні мас медіа. Чимало журналістів та інтелектуалів обрали інструмент соціальних медіа для комунікації з широкою публікою. Окрім Б. Грілло, популярні блоги ведуть журналіст Марко Травагліо, комедіант Даніель Лутаччі, письменник Джакопо Фо та театральна акторка Франка Раме. Але саме Б. Грілло спромігся перетворити свій блог на інструмент мобілізації політичного руху.

Серйозна політична кар'єра коміка почалась в 2007 році, коли він оголосив про початок кампанії *Vaffanculo-Day* – у перекладі з італійської це означає вкрай некоректну форму вислову «Пішов звідси». Гріло взагалі полюбляє використовувати непристойні вирази, чим вже вирізняється від офіційних політиків. Кампанія *Vaffanculo-Day* була присвячена політичній касті Італії – в середині 2007 року Гріло почав публікувати в своєму

блзі список депутатів, які мають судимості, вимагаючи від них покинути політичну арену. Він також запропонував ввести ліміт в два терміни повноважень для членів парламенту та повернути відкриті списки для голосування.

Після підготовчої кампанії, яка тривала протягом трьох місяців, Гріло провів перший Vaffanculo-Day в Болоньї 8 вересня 2007 року, збираючи підписи під своїм законопроектом. На зустріч з ним прийшло 80000 людей – і сотні тисяч підтримали цю кампанію в 200 інших містах Італії. Свій виступ він розпочав зі скандування слогану «Vaffanculo», який з радістю підхопив натовп, а потім під реп зачитував список депутатів з судимостями.

Його виступ тривав більш ніж п'ять годин – і весь цей час він вміло утримував увагу натовпу. Після зустрічі всі присутні поставили свої підписи під петицією, яка вимагала заборонити людям з кримінальним минулим балотуватися до парламенту [2]. Гріло зібрав 330 тисяч підписів під цією петицією – для того, щоб ініціювати референдум, за італійськими законами, потрібно лише 50 тисяч підписів. Традиційні медіа – газети, місцеві та загальнонаціональні, телебачення, радіо тощо – цю подію повністю проігнорували.

Наступний Vaffanculo-Day, якій Гріло провів в Туріні 25 квітня 2008 року, зібрав не менший натовп – цього разу 90000 учасників мітингу вимагали свободи слова в італійській пресі.

В обох випадках люди, які відвідали цю зустріч, були мобілізовані через соціальні медіа – точніше, через блог Гріло. Vaffanculo-Day було організовано та проведено завдяки зусиллям блогерів та невеличких місцевих новинних агенцій. Під час підготовки Vaffanculo-Day жодним чином не пригорнув увагу великих мас-медіа, і лише після того, як відбулась перша акція, появились певні згадки про неї – але критичного характеру, причому огляду підлягали не вимоги учасників акції, а контроверсійна фігура самого Гріло. Натомість відклики в блогосфері були напрочуд позитивними, що пояснюється в тому числі і тим, що користувачі соціальних медіа відчували свою причетність до того, що ці події відбулись.

Фактично, Vaffanculo-Day став першим досвідом політичної організації та мобілізації через соціальні медіа в Італії. Подальший розвиток подій лише закріпив цей успіх. Це особливо важливо, якщо врахувати, що Італія є країною консолідованої телевізійної культури, і кількість людей, які користуються Інтернетом, відносно низька у порівнянні з іншими країнами Європи – трохи більше 50%, в той час, коли середній рівень в Європі складає 63, 1% [3].

В вересні 2009 року в своєму блозі Гріло оголосив про створення MoVimento 5 Stelle (M5S), Національного руху П'яти зірок, підкреслюючи, що це утворення не має бути партією – з апаратом та структурою – але рухом з програмою дій. Своєю метою він оголосив створення нової системи прямої демократії, яка надасть змогу простим громадянам дійсно впливати на політичне життя країни. Серед ключових питань, якими займається рух – водопостачання, транспорт, розвиток, доступ до Інтернету та навколишнє середовище. В цілому програма дій П'яти зірок займає біля п'ятнадцяти сторінок, деякі питання не згадуються – політика по відношенню до мігрантів чи зовнішньополітичні орієнтири.

Гріло відразу ж зазначив, що сам не збирається балотуватися в парламент, оскільки не відповідає критеріям, які сам і встановив – у нього є судимість за провокування автомобільної аварії в 1981 році, в якій загинуло декілька людей. Саме тому себе він визначив як спікера руху, а точніше – «мегафон П'яти зірок» [4].

Гріло відмовляється від виступів на італійському телебаченні, яке він вважає наскрізь корумпованим, і жодного разу не з'явився в ефірі, не бажаючи асоціюватися з «політичними зомбі». Ту ж саму стратегію обрали і його прихильники, які балотувались в парламент.

Але водночас через свій блог Гріло організовував надзвичайно популярні зустрічі з виборцями на місцях, проїхавши через всю Італію на автомобілі. На цих зустрічах він був тільки одним з виступаючих – після нього до людей зверталися місцеві прихильники його руху, так звані *grillini* – звичайні люди, молоді та не дуже, як правило, з вищою освітою – саме вони мали стати кандидатами в депутати від 5 зірок. Тобто, рух від самого початку створювався за *grassroots* принципом – формувався знизу, з маленьких місцевих ініціатив.

Гріло вміло заохочував цей процес, спонукавши своїх прихильників регулярно зустрічатися один з одним та обговорювати питання, які він зачепив в своєму блозі – такого рода зустрічі називались *meet-up*, оскільки організовувались через популярну Інтернет-платформу *Meet-up*. В листопаді 2012 року існувало 532 зареєстрованих *meet-up* групи, в яких брали участь майже 90 тисяч людей по всій Італії. Завдяки цим зустрічам, учасники відчували себе частиною великого руху та отримували переконання, що саме вони здатні вплинути на розвиток подій, зробити свій власний внесок. В той ж час виборці особисто знали тих, за кого вони збирались віддати свій голос – вони бачили, що це звичайні люди, які не належали до італійської політичної еліти, небагаті, невідомі – тобто, такі самі, як і вони. Фактично будь-хто міг спробувати стати представником в парламенті, умови для участі були дуже прості: неприналежність до будь-якої політичної партії, жодних судимостей, зобов'язання обмежити своє перебування в парламенті одним терміном, проживати в окрузі, від якого плануєш обиратися.

В 2010 році на локальних виборах П'ять зірок набрали не більш ніж 7% голосів виборців. В наступному, 2011 році, в деяких містах рейтинг руху зріс до 10%. Але справжній успіх прийшов до руху в 2012 році, коли в ряді північних італійських міст кандидати від П'яти зірок набрали чималий відсоток голосів, а в Пармі мером став висуванець від П'яти зірок, IT-спеціаліст Федеріко Піцароті – людина без жодного політичного досвіду в біографії. Тим не менш, його діяльність на посту бургомістра виявилась досить вдалою – за його партію пізніше проголосувала більшість жителів Парми. Він їздить на роботу на велосипеді, скорочує будь-які можливі витрати.

Фактично, блог Гріло виступав в ролі важеля, який трансформував ініціативи в соціальних медіа он-лайн в реальні дискусії. Успіх П'яти зірок полягав в комбінуванні онлайн та офлайн діяльності – «головою в Інтернеті, а ногами на землі», як це сформулював сам Гріло. Внаслідок цієї стратегії Гріло вдалось мобілізувати розчаровану, але водночас апатичну частину італійського суспільства, змусивши їх повірити в те, що вони є частиною великого руху, що вони в змозі впливати на політичний процес в країні.

За даними дослідження, проведеного центром *Demos* [5], середній вік виборців Гріло – 31 рік. Тобто, середній читач блогу Грілло старший за середнього користувача соціальних мереж – 64% його аудиторії складають люди старші 30 років, в той час, коли цей показник для Італії в цілому складає 51%. Серед його читачів більший відсоток безробітних – 19% на тлі загально італійських 7,9%. Вони більш схильні розглядати імміграцію з країни як вихід – 56% у порівнянні з 28%. І, що вкрай логічно, мають більш песимістичні настрої щодо майбутнього як Італії, так і Європейського Союзу. 63% з них чоловіки, більше половини з вищою освітою. Тобто, це те саме покоління, яке найбільш потерпає від економічної кризи останніх років – молоді спеціалісти, яким складно знайти роботу.

83% опитуваних заявили, що головною причиною, чому вони підтримали Гріло, є бажання змінити традиційну систему виборів в цілому, а також повністю поновити політичні еліти. Його виборці не є ані яскраво вираженими лівими, ані правими – фактично, якщо б Гріло не з'явився на політичній арені, вони, скоріш за все, не пішли б на виборчі дільниці. Більшість з них – 80% не вважають себе формальними членами П'яти зірок.

Успіх Гріло пояснюється і тотальним розчаруванням в традиційних політиках, яке спостерігається в усій західній Європі. Так, за опитуваннями 2002 року, 39% європейців довіряли своїм урядам. У 2012 їхня кількість скоротилась до 28%.

Політична мобілізація, яку проводив Гріло, базувалась на використанні емоційного фактору, виปลеску емоцій та легкому для сприйняття посиленні – система не працює, необхідно її змінити. Якщо аналізувати його програму глибше, то легко побачити певну долю популізму в його заявах. Так, він хоче провести референдум, на якому італійці визначаться, чи хочуть вони залишатися в зоні євро. Виступає за безкоштовний Інтернет для всіх, використання чистої енергії, а також підвищення прожиткового мінімуму до 1000 євро. Вимагає відмінити бюджетні відшкодування політичним партіям за політичні кампанії та зменшити зарплати парламентаріям до середнього рівня заробітної платні в країні.

Але головним є те, що Гріло відстоює політику grassroots, ініціативи знизу, заміни ієрархічної структури на мережеву – з тим, щоб громадянські ініціативи ставали політичними, а до виборців повернувся інтерес до політики. Популізм та емоційне підґрунтя тут нерозривно поєднані, партія Гріло за суттю є партією протесту, мобілізованою за принципом «проти». Безумовно, багато в чому своїм успіхом вона зобов'язана постаті самого Гріло, який вмів створює шоу-ефект під час кожної своєї появи на публіці. Сприйняття інформації залежить від того, хто її повідомляє.

#### Список використаних джерел

1. Горц А. Нематериальное. Знание, стоимость и капитал / Пер. М. М. Сокольской; научный ред. М. А. Маяцкий. – М. : Изд. Дом ГУ-ВШЭ, 2010. – 208 с.
2. Smart A. Beppe Grillo interview // The Telegraph. – [Electronic resource]. – Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk/culture/theatre/comedy/8362260/Beppe-Grillo-interview.html>. – 2011. – 4 March.
3. Internet World Stats. – [Electronic resource]. – Режим доступа: <http://www.internet-worldstats.com>. – 2011. – 4 March.
4. Ehlers F. Italian Elections: Europe's Lost Generation Finds Its Voice // Spiegel Online International. – [Electronic resource]. – Режим доступа: <http://www.spiegel.de/international/europe/beppe-grillo-taps-into-frustrations-of-european-lost-generation-a-886715.htm>. – 2013. – 4 March.
5. New political actors in Europe: Beppe Grillo and the M5S // Demos. – [Electronic resource]. – Режим доступа: <http://www.demos.co.uk/publications/newpoliticalactorsineurope-beppegrilloandthem5s>. – 2013. – 4 March.