

КООРДИНАЦИЯ + ЭМОЦИОНАЛЬНОСТЬ

Марина Литвинович



Марина Литвинович — политик, член Объединенного совета Объединенного гражданского фронта

В течение последних лет наблюдается тенденция усиления влияния социальных сетей на организацию людей в сообществах. Благодаря «Фейсбуку», «ВКонтакте», «Одноклассникам» ускоряется процесс создания новых групп, создания сообществ людей, придерживающихся общих взглядов и общего понимания действительности. Благодаря социальным сетям координация членов этих новых сообществ выходит на более высокий уровень, благодаря им быстрее распространяется информация. Все это, естественно, способствует тому, что возникает совершенно новая политическая структура общества, которая основана не на наборе традиционных партий, а на сетевой организации и сетевой самоорганизации. Это совершенно новый фактор, который, безусловно, будет играть одну из ведущих ролей в политике.

Сегодня мы становимся свидетелями перехода от старой схемы «вещатель — реципиенты», эпохи телевидения, когда основная масса населения являлась исключительно потребителями ин-

формации, транслируемой кем-то из высших эшелонов власти, к структуре, когда массы становятся производителями и распространителями информации. **Сеть не требует от человека обладать деньгами или влиянием для распространения чего-то, что вызывает интерес у населения.** Более того, в отличие от старых систем, когда для того, чтобы распространить информацию, требовались некоторые усилия, сейчас таких усилий не требуется. Если контент интересный и привлекает внимание, он сам очень быстро распространится по системе. Как следствие количество людей, которые производят контент, увеличивается в геометрической прогрессии. И как только данный процесс был инициирован, его уже невозможно остановить.

Произвести интересный для публики контент не так уж и сложно. Необходимо лишь соблюдать несколько принципов. **Например, более вероятным будет успех информации, которая подается через личное отношение.** Люди не любят, когда с ними разговаривают языком сухих фактов, они любят эмоцию, любят личное отношение, и любят, чтобы информацию им доносил человек, которому они доверяют. Также важным принципом является следующее: если речь идет о какой-то проблеме, волнующей общество, то **нужно привести документальные подтверждения информации (фотографии, видео или документы).**

Наконец, другим принципом является вот что: **человек, который производит информацию, должен бороться за общественные интересы.** Ведь потребитель информации всегда оценивает, за что ты борешься. Ты борешься за власть, за свои личные интересы, или ты борешься за общественное благо, которое затрагивает жизнь граждан твоей страны? Ес-

ли люди видят, что твоею руководит какая-либо корысть, они теряют к тебе интерес. Вспомните историю под условным названием «Поспите на стуле», когда никому неизвестный блогер написал большой пост о том, как его жена в течение трех недель спала на стуле Филатовской больницы рядом со своим больным ребенком. **Пост был написан очень эмоционально, иллюстрирован фотографиями. Буквально за три часа пост распространился по блогам,** подняв волну протеста. Очевидно, что в данном случае речь шла о защите всех людей, которые оказываются со своими детьми в чудовищных условиях российских больниц.

Однако возможности, которые предоставляет Интернет, — это всего лишь технические возможности. Помимо возможностей, которые предоставляют современные технологии, всегда должна быть соответствующая общественная среда и соответствующая политическая обстановка. Чтобы люди вышли на улицы, им недостаточно просто владеть «Твиттером», социальными сетями и блогами; должно быть соответствующее общественное настроение.

Однако если люди все же вышли на улицы, то «Твиттер» выполняет две важных функции. **Во-первых, функцию оперативной поставки информации и ее распространения.** Теракт в «Домодедово» продемонстрировал нам, что первая запись в «Твиттере» об этом взрыве от очевидца из «Домодедово» появилась буквально через 3—4 минуты после взрыва. **Во-вторых, функция координации протестных акций,** которые осуществляются на улицах городов. Как показывает опыт, масса людей может эффективно координировать свои действия через «Твиттер». ■

Специально для РЖ