

Левченко Илья Алексеевич

магистрант

ФГБОУ ВО «Ярославский государственный

университет им. П.Г. Демидова»

г. Ярославль, Ярославская область

**ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И МОБИЛИЗАЦИИ
ГРАЖДАН В ПРОТЕСТНЫЕ КАМПАНИИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ
(НА ПРИМЕРЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБЩЕСТВЕННОГО ДВИЖЕНИЯ
«ЗА ПАРК ТОРФЯНКА!»)**

Аннотация: в статье рассматривается пример организации и проведения протестной кампании общественного движения «За парк Торфянка!». Рассматриваются особенности протестной кампании, а также ее ресурсы, инструменты и методы мобилизации граждан.

Ключевые слова: протест, гражданская активность, парк Торфянка, сети, общественная организация, протестная активность, движение.

В качестве основной проблемы, лежавшей в основе зарождения общественного движения «За парк Торфянка!», стоит выделить незаконную организацию строительства крупных храмовых комплексов в рекреационных зонах города Москвы. Жители выступали против незаконных и несогласованных мер, в рамках которых реализовалась программа «200 храмов».

В ходе анализа протестной гражданской кампании можно выделить ключевые ресурсы, которые применялись движением в своей деятельности.

Ресурсы общественного движения «За парк Торфянка!»:

1. Информационный. Сама суть и уникальность конфликта обеспечила движению «За парк Торфянка!» добиться информационной монополии по данному направлению. Любая возникающая информация в СМИ по похожим тематикам (статьи, видеорепортажи, расследования и пр.) автоматически вели к упоминанию протестных кампаний, организованных данным движением, что помогло заявить о проблеме и федеральными СМИ.

2. Мобилизационный. За весь период существования движения «За парк Торфянка!» ее активистам удалось привлечь в свои ряды огромное число активистов из соседних районов, а также добровольцев со всей Москвы и других крупных городов, заинтересованных в сохранении парковых и рекреационных зон. В основе общественного движения находится принцип краудсорсинга, который предполагает привлечение ресурсов широкого круга лиц на добровольных началах для решения проблемы.

3. Поддержка общественности. Поддержка со стороны равнодушных к проблеме граждан позволила обеспечить практически неограниченный волонтерский ресурс для протестных акций общественного движения, круглосуточного патрулирования парка, изготовления и распространения самодельной печатной агитационной продукции и пр. В основе данного ресурса лежит принцип горизонтальных сетевых связей, в которых нет четкой иерархичной структуры, инициатором является каждый участник группы, действия активистов направлены на достижение общей цели и интересов. Поэтому, ресурс общественной поддержки является катализатором активных протестных действий.

Основная идея, лежавшая в основе протестной кампании общественного движения «За парк Торфянка!», предполагала использование такого типа протестной акции, как «стояние». Круглосуточное патрулирование парка и препятствие строительным работам является основной формой противостояния, что, помимо того, влияет на постоянную актуализацию конфликта к проблеме застройки парковых зон храмовыми комплексами.

В целом защитники парка Торфянка использовали в своей протестной деятельности весь спектр доступных инструментов:

- массовые пикеты, митинги, патрулирование;
- публикации в СМИ;
- официальные письма в органы власти и префектуру района;
- обращения в суды;
- сбор подписей;
- работа с политическими партиями и общественными движениями;

- концерты, культурно-массовые мероприятия в парке;
- флэш-мобы и публичные акции;
- участие в обсуждениях, судебных заседаниях и публичных слушаний;
- палаточные лагеря.

Анализируя мотивы общественного движения «За парк Торфянка!», стоит отметить, что движение зарождалось исключительно на основе инициативной группы местных жителей, которые не представляли интересы каких-либо политических сил, движений, организаций. Идея сформировать собственное движение вызвано целью создания единой информационной площадки для коммуникации и обмена ресурсами. В качестве данной площадки была выбрана социальная-сеть «ВКонтакте», как наиболее распространенная среди жителей на территории РФ интернет-платформа. Движение также транслировало свою деятельность через социальные сети «Одноклассники» и «Фэйсбук», но, в силу своей непопулярности среди местных жителей, данные социальные сети скорее носили характер запасных групп в случае блокирования основной во «ВКонтакте».

Изучая контент сообщества общественного движения «За парк Торфянка» в социальной сети «ВКонтакте», можно сделать вывод, что данное сообщество носило только информационный характер.

Дальнейший анализ выявил, что самая инициативная группа активистов предпочитала вести координацию деятельности вне публичного поля, а именно: интернет-форумы, которые предполагали отдельную регистрацию, а также, в большинстве своем, личные связи в парке во время ежедневного противостояния. Также активисты активно использовали и создавали внутренние закрытые группы для местных жителей в мессенджере «Whatsapp», который являлся средством моментального информирования местных жителей о ситуации в парке. В момент новых провокаций и нападений на палатки активистов в парке, моментально передавался сигнал тревоги, по которому местные жители, которые не могли постоянно находиться в парке, выбегали на помощь.

Упор движения был сделан на популяризацию парка, проведение в нем постоянных небольших мероприятий для местных жителей и их детей, чтобы показать истинное предназначение парка. Метод ежедневного «стояния» в парке на протяжении более полутора лет является визитной карточкой общественного движения, тем самым показывая всю серьезность намерений его участников.

Общественное движение «За парк Торфянка!» представляет собой очередной пример самоорганизации граждан на микроуровне. На основе результатов анализа деятельности активистов я выявил особенности процесса функционирования и управления протестной группой, которые использовало общественное движение «За парк Торфянка!».

Характерные свойства:

– актуальность (Активное освещение проблемы через информационные каналы. Проблема сокращения и нехватки природных зон и зон отдыха является основополагающей для жителей крупных городов);

– понимание цели (Движение ставило перед собой одну четкую цель, которой придерживалось на протяжении всего периода конфликта);

– выполнимость (использование последовательных законных протестных методов с застройкой показало, что борьба в правовых рамках может дать огромный результат и реально повлиять на принятие решений органами власти);

– четкое определение целевой аудитории (конфликт затрагивал интересы местных жителей, поэтому именно на них и был сделан упор. Привлечение к проблеме широкую общественность являлось второстепенной задачей, основная агитационная работа велась среди граждан района);

– последовательное развитие (На начальных этапах не было намерений организовывать протесты и митинги. Активистами была осуществлена огромная планомерная работа по информированию и привлечению населения к проблеме, что позволило сформировать к началу активной фазы противостояния массовую протестную группу).

В процессе управления движением применялись следующие инструменты:

– создание информационного ресурса движения (в качестве основного источника информации и актуальных событий выступало сообщество в социальной сети «ВКонтакте»);

– СМИ (привлечение СМИ способствует широкому освещению деятельности движения на более высоком информационном уровне);

– создание своего уникального хэштэга – #ЯТорфянка. Использование методов SMM-продвижения позволил распространить информацию о проблеме и привлечь дополнительную неравнодушную аудиторию в сети. За счет вирусного характера, хэштэг активно расходился в сети. В знак солидарности с активистами движения, проблема находила поддержку среди оппозиционных политиков высокого уровня и различных знаменитостей;

– использование мессенджеров (осуществлялась закрытая рассылка в мессенджерах среди активистов, что помогало оперативно реагировать на каждые изменения в парке);

– консолидация с другими протестными группами по схожей проблематике (главный упор был сделан на расширение масштаба протестной кампании и поддержке других неравнодушных граждан);

– привлечение политических партий (это было обоюдно выгодно, т.к. движение получало дополнительные ресурсы при организации протестных мероприятий, а политические партии получали поддержку электората, т.к. протестная кампания длилась в период выборов в Московскую городскую Думу и во время выборов в Государственную Думу Российской Федерации);

– организация в парке культурно-массовых мероприятий (привлечение внимания жителей к проблеме за счет организации в парке досуга для всех жителей района: вечер стихов, уроки школы танцев, небольшие музыкальные концерты с приглашенными музыкантами);

– краудсорсинг (активное привлечение ресурсов широкого круга лиц на добровольных началах для решения проблемы);

– межличностная коммуникация (Постоянная коммуникация активистов в парке).

Произведенный анализ показал, что главной особенностью механизма управления является его ресурсоемкость. За все противостояние в парке активистам движения удалось развить конфликт, привлечь массу сторонников, вывести тему на высокий информационный уровень и, самое главное, одержать победу в противостоянии без каких-либо серьезных финансовых затрат.

Список литературы

1. Битва за храм в парке «Торфянка». Расследование Business FM // bfm.ru: ежедн. интернет-изд., 12 апр. 2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bfm.ru/news/320161> (дата обращения: 30.06.2016).

2. Гражданское противостояние на «Торфянке» в Москве: навигация по репортажам //livejournal.com: интернет-блог, 31 ноября 2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://arthur-msk.livejournal.com/19308.html> (дата обращения: 27.09.2017)

3. Общественное движение «За парк Торфянка!»: vkontakte.ru: социальная сеть, 12 янв. 2014 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vk.com/park.torf2016> (дата обращения: 03.09.2016).

4. Расследование РБК: как в Москве получают разрешения на стройку в парках // rbc.ru: ежедн. интернет-изд., 15 дек. 2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rbc.ru/investigation/society/15/12/2016/584ffe709a7947ea92baabee7> (дата обращения 19.11.2016).

5. Расследование РБК: кто финансирует строительство новых храмов в Москве // rbc.ru: ежедн. интернет-изд. 2015. 25 май [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rbc.ru/investigation/society/25/05/2015/555dbc3f9a794754d9f7b674> (дата обращения: 14.11.2016).