

ТЕХНОПОЛИТИКА В СТРАНАХ ИБЕРОАМЕРИКАНСКОГО РЕГИОНА

В процессе активного взаимодействия политики и инновационных технологий в последние десятилетия зародилось новое явление, которое получает все более четкие очертания в наши дни и именуется технополитикой, претендуя получить статус отдельной прикладной дисциплины. Авторы данного исследования ставят перед собой задачу рассмотреть примеры функционирования технополитики в странах ибероамериканского региона, включающего в себя страны с большим количеством интернет-пользователей и одним из самых высоких уровней политического участия.

Ключевые слова: киберактивизм; технополитика; ибероамериканский регион; Испания; Латинская Америка; политическое участие; политическая коммуникация.

Новые средства коммуникации, которые появились и стремительно распространились в последние десятилетия и качество и количество которых в обозримом будущем только возрастает, окончательно и бесповоротно изменили способы общения людей, их самоорганизации, информирования, управления, а вместе с тем и манипуляции. Сфера политики, включающая в себя все вышеперечисленные аспекты, не стала исключением. И если политика «верхов», как сверхинерционный механизм, с трудом реагирует на все происходящие в обществе изменения, то политика «низов» активно пользуется всеми достижениями в информатике. Как невозможно представить себе Французскую революцию без Гутенберга, так нелегко рассуждать о движении 15-м в Испании или «арабской весне» без учета влияния интернета в целом и социальных сетей в частности на политическое участие граждан.

Политическое участие является деятельностью, направленной на изменение или принятие политического решения, включающей в себя как процесс потребления информации, так и протестные действия. Участие граждан в политической жизни может пониматься как некий континуум, последовательность этапов, своего рода лестница [1], или как совокупность стратегий, которые позволяют рассматривать демократию с точки зрения прагматики [2].

В наибольшей степени формированию гражданской позиции и демократических ценностей способствует совещательное участие. Данный вид участия имеет ряд положительных эффектов: а) способствует развитию гражданской культуры, укреплению социальных ценностей и увеличивает законность концептуальных рамок демократических процессов; б) способствует развитию толерантности, эмпатии и включает в себя различные точки зрения, приводя к равновесию интересы большинства и меньшинства, защищая права последних; в) упрощает понимание аргументов и предпочтений противоположной стороны и позволяет открыть сознание к восприятию аргументов оппонентов, особенно при условии, что общение происходит при личном контакте; д) увеличивает вероятность сотрудничества, подчеркивая взаимосвязь между личным и коллективным интересом [3]. Совещательное участие, развивающееся в рамках интернет-сообщества, еще больше расширяет границы полезных дискуссий, результатом которых должны становиться поистине демократические инициативы.

«Включенность в интернет-сообщество политических акторов позволяет максимально расширить их причастность к значимой политической информации, а следовательно, их участие в политике становится более интенсивным и организованным» [4]. Сетевая политика, таким образом, позволяет гражданам и общественным объединениям добиваться от правительства принятия адекватных решений и контролировать процесс их исполнения. Прозрачность информации и, как следствие, рост доверия граждан к государственному управлению позволяют вывести общество из состояния политической апатии и приблизиться к реальной демократии. Участие граждан имеет ключевое значение в развитии демократического процесса, поскольку обогащает знания и расширяет информационное поле касательно реальных проблем граждан, а также обеспечивает лучший контроль за деятельностью руководящих органов и позволяет переместить мощь новых акторов политических процессов на институциональный уровень. В свою очередь это ведет не только к большему равенству и справедливости, но также способствует более эффективному и качественному осуществлению управленческой деятельности [5].

На интернет-платформы выносятся практические вопросы, преобразуя простое участие в дискуссии в некий ориентир для государства для развития гражданских свобод и осуществления социальных перемен [6]. Таким образом, можно сказать, что участие граждан в политике станет в будущем неизбежным и обеспечит ее эффективность.

Влиянию международной сети Интернет на политическое участие граждан посвящено немало научных трудов, преимущественно на английском языке. Среди них исследования С. Коулмана [7], П. Норриса [8], М. Дженсен [9] и др. Из исследований зарубежных авторов следует выделить совместную работу шведского социолога А. Брада и его соотечественника теоретика СМИ Я. Зодеркевиста «Нетократия: новая правящая элита и жизнь после капитализма» [10]. Среди отечественных ученых основательно данный вопрос был рассмотрен Г.Л. Акимовым [4]. В своей монографии «Политика и интернет» он детально рассматривает историю взаимопроникновения политического дискурса и инновационных технологий в России. Кроме того, данной проблеме были посвящены труды М.Г. Анохина [11], Н.С. Бухарина и В.В. Цыганова [12], М.С. Вершинина [13], М.Н. Грачёва [14], А.И. Соловьёва [15] и др. В то же самое

время следует заметить, что вопросу влияния интернета на политику в странах ибероамериканского региона незаслуженно уделено недостаточно внимания, учитывая количество пользователей интернетом в Испании и Латинской Америке, а также высокую активность испаноговорящих политиков и простых граждан в сети. Авторы данного исследования ставят перед собой задачу рассмотреть опыт осуществления политики в рамках инновационных технологий в ибероамериканском регионе с целью всестороннего описания новой модели выстраивания отношений между политической элитой и обществом. Несмотря на то что опыт подобных исследований предпринимался такими зарубежными учеными, как Э. Андуса [16], Дж. Баррат [17], Р. Рубио [18], в отечественной социологии и политологии данная тема не была затронута.

Гипотезой данного исследования является предположение, что электронные социальные платформы, включающие соцсети и приложения, позволяют сделать деятельность партий и политиков более прозрачной, превращаясь тем самым в важные инструменты общения с избирателями и место проведения предвыборных кампаний. Всемирная паутина превратила политику в двусторонний процесс, в котором отныне не только власть выдвигает инициативы на рассмотрение народа, но и граждане высказывают власти свои предложения и требуют быть услышанными.

Технополитика как новый способ социализации

Бытует мнение, что для того, чтобы сказать, что та или иная страна функционирует в условиях общества информационных технологий, процент пользователей должен составлять не менее 10% от общего количества взрослого населения. По данным социологических исследований, опубликованных на портале ONTSI, в Испании 7 из 10 человек в возрасте от 16 до 74 лет и старше выходят в интернет ежедневно, что составляет 25 миллионов человек. Среди населения с начальным образованием 46,4% еженедельно используют интернет [19].

Портрет среднестатистического испанского пользователя интернета могут дополнить следующие данные: 92,1% пользователей предпочитают выходить в интернет через смартфон; 54,5% испанских интернет-пользователей утверждают, что постоянно подключены к интернету; 70% пользователей используют интернет два и более часов в сутки; 47% пользователей утверждают, что не смогли бы жить без интернета в своем телефоне – каждая четвертая покупка совершается через интернет [20].

Учитывая современные условия пандемии, нельзя не отметить, что интернет-трафик значительно увеличился. Доступ к интернету стал предметом первой необходимости. Люди по всему миру, оказавшись в условиях самоизоляции, вынуждены учиться, работать, делать покупки, общаться между собой, используя цифровые технологии.

Примечательно, что 80% испанцев ежедневно пользуются социальными сетями. Социальные сети оказывают большое влияние на современное обще-

ство. Они являются неотъемлемой частью коммуникационного процесса. Посредством смартфонов и планшетов люди все время находятся на связи, получают информацию и делятся ей. Многие узнают о том, что происходит в мире не благодаря новостным телевизионным и радиопередачам, а именно благодаря социальным сетям. Интернет-платформы помогают людям не только быть в курсе последних мировых событий, но и организовывать различные площадки для обмена мнениями, проведения конгрессов и конференций.

Согласно исследованиям The Global State of Digital, проведенным Hootsuite We Are Social в 2019 г. (www.hootsuite.com), 52% всего населения нашей планеты пользуется теми или иными социальными сетями. То есть больше половины жителей планеты зарегистрированы в Facebook, Instagram, регулярно просматривают YouTube и переписываются в WhatsApp. По данным Hootsuite, Facebook – король социальных сетей, не первый год находится на первом месте по количеству активных пользователей в мире (2,271 миллиарда). Приложение Telegram приобрело внезапную популярность и занимает лидирующую позицию среди мессенджеров в Аргентине, Коста-Рике, Венесуэле и Эквадоре. YouTube с 1,900 млрд человек и WhatsApp с 1,500 млрд из года в год занимают второе или третье место. За ними следуют FB Messenger (1,300 млрд), WeChat (1,083 млрд) и Instagram (1,000 млрд), Twitter (326 млн), LinkedIn (303 млн), Skype (300 млн), Snapchat (287 млн) замыкают топ 10 самых популярных социальных сетей в мире.

Испаноязычные сайты занимают четвертое место среди общемировых социальных платформ. Из 131,5 млн жителей Мексики 67% являются активными пользователями социальных сетей, из них 64% заходят в сеть через мобильные устройства. Самые популярные платформы в этой латиноамериканской стране – YouTube (95%) и Facebook (93%). Twitter в Мексике занимает пятое по популярности место (57%).

В Чили Facebook (82%), WhatsApp (78%), YouTube (74%) делят между собой пьедестал. Twitter используют 1,53 млн жителей страны. Snapchat и LinkedIn также насчитывают большое количество пользователей.

Из 45 млн аргентинцев 76% заходят чаще всего в YouTube (93%), Facebook (91%) и в WhatsApp (91%). 16 млн аргентинцев подписаны на Instagram, 4,2 млн пользуются Twitter. Время, проведенное жителем Аргентины в сетях, составляет в среднем 3,5 часа в день.

В Испании 60% от общего числа жителей проводят в социальных сетях в среднем полтора часа в день. Самый высокий коэффициент вовлеченности у подписчиков Facebook (24 млн). На втором месте в Испании находится Instagram (15 млн). Третье место занимает Twitter (6,01 млн).

Массовое распространение смартфонов, имеющих практически круглосуточное и повсеместное подключение к интернету, привело к появлению «карманной политики». Другими словами, телефон позволил человеку находиться внутри политического процесса,

моментально реагировать на внутренние политические течения. Экран телефона превратился в платформу для социализации и обмена информацией. Приложения типа WhatsApp, таким образом, призваны объединить людей по интересам для решения тех или иных вопросов. Незаменимым инструментом становится телефон и в руках политических активистов, предоставляя возможность создания оперативных групп по тематическому или территориальному принципу. Приложения позволяют моментально вынести вопрос на обсуждение, рассмотреть его в группе заинтересованных лиц без надобности организации собраний или совещаний, без долгой переписки по электронной почте и принять решение с тем, чтобы перейти к реализации идеи. Совмещение текста, эмодзи, изображений и видео в мобильном дискурсе делает его более динамичным и увлекательным. Использование приложений с целью осуществления политики приводит и к выявлению лидеров в группах. Таким образом, политика создается в режиме реального времени.

Интернет становится инструментом не столько политики, поскольку современное поколение Y на всех континентах разочаровано в политике и не склонно в большинстве своем отождествлять себя с какой-либо партией, сколько инструментом гражданского саморегулирования. Это поколение настроено критично-скептически к большинству традиционных политических инициатив, оно разрозненно в своих принципах, стремлениях и желаниях, его представители скорее могут сформулировать, чего они не хотят, чем о чем мечтают. В силу демографических процессов именно поколение миллениалов, людей, не мыслящих себя вне передовых технологий, в ближайшие годы будет решать будущее всего человечества.

Во многих странах наблюдается поколенческий процесс фрустрации, состоящий в том, что старшее поколение политиков, находящихся у власти, не способно противостоять вызовам современности, из-за чего вынуждено страдать молодое поколение избирателей. Волна недовольства является двигателем создания новой политической культуры, которая базируется на современных технологиях. Пора признать, что новая политика, выходящая за рамки радаров консерваторов, уже существует. Возможность стать сопричастным к политическим процессам активизирует общественное самосознание избирателей и возвращает реальное наполнение термину «демократия». Открытое и динамичное участие всех заинтересованных лиц в политике делает ее мобильной. Технополитика – это новый способ социализации людей, объединенных общими интересами, это признание лидеров, вносящих реальный вклад в решение проблемы, это внимание не только к глобальным вопросам, но и к личным, это возможность оценивать локальный вопрос широким кругом участников и наоборот.

Технополитика – это тактическое и стратегическое использование цифровых технологий в процессе организации и участия в разного рода политических событиях и процессах. Эта парадигма способствует изменению традиционной связи между политикой и обществом, установлению прямых, без каких-либо

посредников отношений путем адаптации новых языковых норм и подходов в общепринятой межинституциональной коммуникации. Ставя целью развитие демократии и модернизацию политики, технополитика модифицирует формы восприятия и методы освещения политических процессов.

В современном мире, связанном глобальной сетью, граждане с выходом в сеть обладают возможностью самоорганизоваться, объединиться для участия в каком-либо событии или для защиты интересов и продвижения идеи, распространить предложения и оказать влияние на других членов общества. Человек погрузился в киберпространство, он никогда не останется без связи, овладевает навыками и умениями благодаря возможности в любой момент подключиться к сети. Традиционные структуры власти, политические и коммерческие организации транслируют свои идеи миллионам граждан по всему миру, извлекая выгоду, напрямую или косвенно заставляя нас реагировать: одобрять или же протестовать сначала виртуально, а затем и в реальном мире.

Политика в сети широко распространена и контролируема. В часто разочарованном и хорошо информированном обществе современный пользователь интернета с помощью особых технологий из пассивного гражданина превращается в человека, требующего и критикующего, активно участвующего в политическом процессе, способного менять действительность.

Инструменты участия, которые обеспечивала представительная демократия, благодаря политическим и профсоюзным организациям больше недостаточны для эффективного функционирования современного гражданского и политического общества. Граждане уже не могут просто ждать следующих выборов, они предпочитают вмешиваться, сотрудничать, принимать решения. Интернет превратился в динамичную богатую экосистему для полноценного гражданского участия, и не только потому, что привнес новые возможности в традиционные методы, но и потому что способен генерировать собственную особую динамику с помощью своих участников. Это не что иное, как технология, используемая для принятия решений.

Цифровой след, оставляемый людьми в социальных сетях осознанно или случайно, создает виртуальный образ, информирующий об их вкусах, интересах, круге общения и даже мыслях. Технополитика позволяет лучше понять интересы людей и особенности поведения, в отличие от традиционных условий политического общения и привычной нам демоскопии. Технополитика открывает новые горизонты и территории социальной сферы, так как, соприкасаясь с людьми и их интересами, наглядно демонстрирует тот факт, что эти интересы гораздо важнее для политического участия, чем экономические, образовательные и общественно-трудовые условия [21].

Не формирование особых условий и отношений, а интерес и личные предпочтения – главное измерение в современной политической концепции.

В течение долгого времени политика существовала благодаря средствам массовой коммуникации.

Взаимосвязь и взаимозависимость политических партий и СМИ наглядно демонстрировалась всем читателям, и все долгое время верили, что то, что не появляется на обложках журналов, не существует. Тем не менее некоторое время назад ситуация изменилась. Возникновение социальных сетей, кризис традиционных медиа создал необычайный феномен в восприятии современным человеком информации. Сейчас быстрое, без посредников и купюр распространение новостей упрощает рост самоопределения граждан в политике, способствует проведению децентрализованных, более креативных предвыборных кампаний.

Причина считать технополитику одним из факторов политической модернизации заключается не только в развитии технологий для упрощения и увеличения возможности политического участия и ведения дискуссий, но и в уникальной способности превращения сторонников, посредников или избирателей в активистов, динамично влияющих на принятие решений, побуждающих к действию, борьбе, нацеленных на результат. Технополитика освободила людей от ожидания, она динамично стимулирует к созданию, инновациям. Человек больше не инструмент, а главное действующее лицо в политике, активный и эмоционально сильный актер, способный на многое.

Очевидно, что сложившаяся ситуация приводит к членению политического дискурса на дискурс политической элиты и политический дискурс масс – принципиально новое явление, позволяющее отражать реальность путем, отличным от традиционных СМИ, создавая альтернативное видение социальных и экономических процессов. В ситуации, когда политики отказываются сотрудничать с гражданами, рождается новая политика, которую выстраивают люди посредством интернета. Политика создается в режиме реального времени. Таким образом, партии потеряли исключительную привилегию проводить политику, а СМИ утратили привилегию ее освещать.

Однако все больше политиков и партий активно включаются в процесс общения, организуемый в интернет-пространстве, дабы быть или казаться ближе своим избирателям, оперативнее реагировать на изменения общественного мнения, получать моментальный отклик на любую агитационную инициативу. «Политические интернет-коммуникации способствуют налаживанию диалога власти и общества, публичности и большей открытости в деятельности власти, установлению обратной связи политической элиты с интернет-сообществом и народом в целом» [4. С. 3]. Так, испанские партии Equo и Podemos в свое время начали использовать приложение Appgree, которое позволяет создавать группы любого размера, объединяющие людей по различным тематикам, и выступать любому участнику с любой инициативой, которая моментально может оцениваться, обрастать комментариями, критикой, встречными предложениями. Мнение участника группы, которое находит больше всего положительных откликов, принимается как единственно верное, что значительно упрощает процесс принятия решений и достижения компромиссов. Подобный проект не является уникальным. Партия пиратов Германии в свое время пользовалась дис-

куссионной платформой Liquidfeedback, которая в соответствии с принципами делегативной (жидкой) демократии предоставляет право каждому из участников обсуждения делегировать свой голос другому человеку, которого он считает более компетентным в данном вопросе. В Аргентине молодая партия Partido de la Red разработала аналогичную платформу Democracia OS для обмена мнениями.

Очень часто в момент проведения предвыборной кампании кандидаты имеют ограниченное количество времени на телевидении, чтобы представить избирателю свою программу и привлечь на свою сторону. Так, Жаиру Болсонару, представителю партии ультраправого толка, согласно избирательному закону, было дано 9 секунд в день на предвыборную агитацию. Его политические оппоненты, представители традиционных партий, имели минуты. Facebook, платформа, необычайно популярная в Бразилии, помогла будущему президенту с 8 миллионами подписчиков донести идеи до народа и выиграть выборы. WhatsApp также внес свою лепту в эту победу, ведь 90% бразильцев используют этот мессенджер для обсуждения политики.

Появившись на политической арене Испании, партия Vox стала третьей политической силой в парламенте и смогла войти в региональное правительство. Страница Vox на YouTube появилась 15 января 2014 г. спустя неделю после страницы Podemos. В настоящее время у Vox 255 000 подписчиков, у Podemos – 97 000. Видео, выкладываемые Vox, собирают более миллиона просмотров. Короткие видео, четкие и ясные сообщения «Испания-главное!», «Защита Испании» привлекают все большее внимание избирателя и манипулируют его сознанием. Многие новости, которыми делится партия на всех платформах, чаще всего можно найти на сайте casoaislado.com – странице ультраправых сил, созданной в апреле 2017 г., распространявшей новости ксенофобного содержания о неприязни к мигрантам.

В последние годы все большую популярность набирает социальный новостной сайт Reddit, который позволяет пользователям сети размещать на своей странице информацию – повод для дискуссии. По посещаемости сайта, по разным источникам, это около 700 миллионов человек в месяц, можно судить о глобальности данного проекта. Испанская партия Podemos также открыла свой проект в рамках Reddit. Часто обвиняемая в популизме, данная испанская партия действительно стремится строить свой дискурс без определенной строгой идеологической оси, а скорее по принципу детской энциклопедии, которая содержит ответы на многочисленные вопросы избирателей. Ответы эти всегда удовлетворяют сторонников партии, поскольку собственно и принадлежат им, будучи собранными из таких приложений, как Reddit, а также Loomio и Titanpad. Таким образом, мы сталкиваемся с принципиально новым способом осуществления политики: перед принятием какого-либо решения, перед тем как предоставить право голоса, предоставляется возможность обсудить ту или иную инициативу, дабы исключить последующее массовое недовольство и так постоянно разочарованного и кри-

тически настроенного электората. Для современного избирателя важно не проголосовать, а высказать свое мнение и чтобы его мнение было услышано.

Вертикаль власти, зацементированная, казалось бы, на века, начала давать трещины под натиском разрозненных, неконтролируемых требований новых, свободных от идеологических стереотипов избирателей. Коллективный разум, высказывающий себя посредством социальных сетей, требует быть услышанным. Он заставляет выйти из зоны комфорта «традиционных» политиков, защищенных от общества временными рамками бюрократии и мнениями экспертов. Теперь они должны реагировать на вызовы реальности немедленно и самостоятельно. Наступает эра так называемой контролируемой политики, находящейся под колпаком сетевого наблюдения 24 часа в сутки 7 дней в неделю.

Собственная социальная сеть Sonico (друзья на связи) в Аргентине, в Испании – сеть Tuenti, кубинская Cubared, Orkut в Бразилии представляют миллионам пользователей возможность взаимодействия, обсуждения и продвижения своих идей. В этих группах организуются дискуссии или голосования по какому-либо вопросу, и каждый участник может высказать свою точку зрения, подвергнуть сомнению и критическому анализу мнения оппонентов. Преимущество социальных сетей перед традиционными средствами массовой информации заключается в возможности моментального реагирования и управления коммуникацией в режиме реального времени.

Говоря об электронных каналах общения политиков с избирателями, нельзя не отметить растущую роль эмодзи в новом техноресурсе. Их популярность объясняется тем, что современное общество все больше предпочитает визуальную информацию аргументированному тексту. В этом отношении эффективность эмодзи бесспорна: с их помощью легко, удобно и быстро можно передать эмоции и чувства, на описание которых ушло бы немало чернил. Им присуща добрая доля цинизма и иронии, что делает их еще более популярными среди простых людей. Эмодзи, по сути, являются выражением любви человека к знакам, его тяги к аббревиатурам, анаграммам и различного вида кодам. Двигаясь по спирали, человечество ушло от иероглифов к буквам, а теперь снова стремится вернуться от слов к символам. Преимущества эмодзи перед языком в плане массовой коммуникации очевидны: они обладают универсальностью (понятны носителям разных языков и культур), их использование сводит к минимуму процент возможного недопонимания между участниками коммуникации, они просты в использовании и требуют минимального ментального усилия для расшифровки, экономят время общения и объем передаваемого материала.

«Все люди по природе [своей] стремятся к знанию; признаком [этого] служит влечение к чувственным восприятиям. Ведь и помимо нужды, восприятия сами по себе служат предметом влечения; больше же всех других [мы любим] восприятия через органы зрения. И в самом деле, мы выбираем зрительные ощущения, едва ли не предпочтительно перед всеми

другими, не только тогда, когда нам предстоит [что-либо] делать, но и не имея в виду никакого дела. А это потому, что из [всех] чувств это именно больше всего доставляет нам сведений и обнаруживает много различий» [22. С. 28].

Роль визуального мышления в современном обществе сложно переоценить. В момент принятия решений человек старается прибегнуть к логическому мышлению, но это не всегда приводит к позитивному результату. В этот момент на помощь приходит ментальная карта, которая призвана визуализировать интересующий человека вопрос. Доказано, что визуализация мыслительного процесса помогает людям систематизировать хаотично хранящийся в сознании материал с тем, чтобы установить в нем иерархические или причинно-следственные связи. Посему визуализация была взята на вооружение политтехнологами и постоянно присутствует в политическом дискурсе современных общественных деятелей.

Кроме того, разработчики приложений уже работают над анимацией эмодзи, что означает, что в ближайшем будущем политический текст получит не только мощную графическую поддержку, но и анимационную, что определенно позволит более эффективно канализировать внимание избирателей на определенном отрезке информационного сообщения. Визуализация политического дискурса в свете развития современных технологий имеет огромные перспективы.

На рубеже веков социальные сети превратились в один из основных инструментов влияния на политическую ситуацию во всех странах мира. Facebook, Telegram, Youtube, Livejournal, Twitter, взаимодействуя между собой, стали причиной возникновения революционных настроений, приведших к «цветным революциям». Путем вбрасывания определенной информации создается протестный дискурс, формируются определенные настроения, что в результате выливается в «Twitter-революцию» (термин, принятый СМИ для описания революций и протестов, координация которых происходит через популярные социальные сети). Так, в 2009 г., перед выборами в Молдавии, путем массовой рассылки сообщений в Facebook и создания специальных хештегов в Twitter были организованы протестные группы. Спустя некоторое время похожая ситуация наблюдалась в Иране. После проведения выборов, результаты которых подверглись сомнению, в сети была развернута кампания против действующей власти. Правительство попыталось заблокировать службу отправки смс и мобильный интернет, но оппозиция организовала резервные ретрансляторы и wi-fi передатчики, что позволило использовать Twitter как основной информационный канал. В 2011 г. в Египте был свергнут режим Хосни Мубарака, находившегося у власти с 1981 г., путем совместных действий Twitter и Facebook.

Коммуникативный характер современных революций привел к популяризации ненасильственных переворотов, что не может не вызывать опасений, ведь социальные сети с огромным потенциалом несут в себе большую опасность, поскольку оказывают влияние на неокрепшие умы, так как основной категори-

ей их пользователей является молодежь. Люди в возрасте 18–25 лет интересуются только теми ресурсами, на которые они подписаны, и как следствие у них формируется одностороннее представление о политической, экономической и социальной ситуации в мире, упуская из вида общую картину в целом. Данная однобокость восприятия действительности препятствует диалогу и адекватности реакции на доводы оппонентов и способствует радикализации взглядов.

Взаимопроникновение политики и интернета началось еще в двухтысячных. В наши дни благодаря новым технологиям кандидаты и политические представители в государственных и региональных институтах имеют свои собственные аккаунты в социальных сетях, которые помогают донести до граждан информацию о своей профессиональной деятельности. Начиная с президентской кампании 2008 г., благодаря которой Барак Обама выиграл выборы и которая основывалась на диалоге с электоратом в социальных сетях и эффективном использовании Youtube и Facebook, многие политики во всем мире, последовав его примеру, стали использовать подобные каналы для связи со своими избирателями. Успех Обамы был настолько велик, что к следующим выборам демократы решили готовиться основательно и заранее. За два года до всеобщего голосования в Чикаго был создан секретный штаб, состоящий из высококлассных математиков и аналитиков, задачей которых являлось выявление путем анализа личных страниц пользователей Facebook их интересов, политических пристрастий и другой информации. Результатом стал невиданный ранее объем данных, до мелочей описывающий всю массу потенциальных избирателей 44-го президента США. Исходя из этих данных и была сформирована агитационная стратегия, которая, как известно, принесла положительный результат. Эта новая стратегия нашла свое отражение и в Twitter, который в последние годы стал действенным средством для выражения гражданской позиции многих политиков, журналистов и обывателей во всех уголках планеты.

Появившись в 2006 г. в качестве научно-исследовательского проекта (Twitter revolution) для организации протестов, через несколько лет Twitter превратился в один из самых посещаемых мировых платформ. В 2008 г. новость о задержании и последующем освобождении Люка Гейтса (американского студента, задержанного в Египте) явилась толчком для развития данной информационной площадки благодаря всего одному твиту, опубликованному в сети. В 2009 г. появляется Twitter на испанском языке и превращается в третью по значимости социальную сеть, используемую для распространения информации. Вскоре в словаре Collins появляются новые термины, характерные исключительно для Twitter. Слово «twit» используется и как существительное и как глагол во многих языках мира. Фоловить (подписываться на аккаунты или выражать одобрение), ретвитнуть (повторно процитировать сообщение в социальной сети), реплай (реакция пользователя на твит другого аккаунта), хэштег (слово или набор слов, который служит для выделения определенных тем в социаль-

ной сети и обозначается значком решетки), твипл (активный пользователь социальной сети, которой посвящает много свободного времени) и многие другие понятия стали неотъемлемой частью жизни информационно-ориентированного современного общества. С каждым годом число твитов (коротких сообщений, к которым можно прилагать различные ссылки и изображения) растет, и в результате данная платформа приобретает все больший масштаб, охватывая широкие слои населения.

В 2011 г. Twitter стал основным механизмом выражения протестных настроений в Испании. Новости мирового масштаба, распространяемые в Twitter, как например, новость о смерти Усамы Бен Ладана в мае 2011, новость о землетрясении и цунами в Японии в том же году, позволили привлечь новых пользователей и превратить своих подписчиков в онлайн-корреспондентов. Легкость и скорость передачи ответа или публикации комментария позволяют установить особую связь как с незнакомыми людьми, так и с хорошо известными, обладающими общими интересами.

Twitter, как другие социальные сети, облегчает участие граждан в политической жизни. Только люди получают самые свежие новости непосредственно из твитов других участников без цензуры и искажений. Стать ближе к людям, используя их профили, напрямую донести свои мысли до избирателей, услышать их желания и критику можно только зайдя в сеть.

В отличие от Facebook, где можно выбирать, с кем делиться информацией, Twitter является открытой платформой, где невозможно скрыться от критики. Не секрет, что за несколько месяцев до выборов профили кандидатов посещаются в два раза чаще, чем обычно, и активность кандидатов в сети более заметна, чем раньше. Ведь политические лидеры посредством интернета общаются не только со своими избирателями, но и с оппонентами. Но как показывает статистика, к концу избирательной кампании кандидаты становятся менее активными.

По данным Twitter, на долю Латинской Америки приходится четвертая часть пользователей платформы в мире. В настоящее время практически 70% глав государств и правительств из более чем 190 стран – членов ООН имеют свои учетные записи. У некоторых лидеров имеется по несколько аккаунтов. Например, президент Венесуэлы Николас Мадуро зарегистрировал сразу 5 аккаунтов на испанском, английском, французском, арабском и португальском языках, и число его подписчиков приближается к 4 миллионам. Он является одним из самых влиятельных мировых лидеров, число ретвитов которого достигло 5 тысяч. Его предшественник Уго Чавес также продвигал идеи, выражал свои чувства и общался с оппонентом в сети. Так, в марте 2010 г. в своей программе «Alo Presidente» он заявил о создании профиля в Twitter @ChavezCandanga, который в последствии собрал 2,5 миллиона подписчиков. В сети Чавес и его команда объявляли о своих политических действиях и решениях, касающихся как внутренней, так и внешней политики, отвечали на комментарии соотечественников.

В эпоху глобализации для современного мирового сообщества свойственно стремление к интеграции, взаимодействию, более глубоким контактам между индивидами, организациями и странами. В силу постоянного развития всех отраслей науки и техники не будет преувеличением сказать, что мы живем в обществе, основанном на знаниях, обществе высоких технологий. Данное понятие подразумевает и даже выводит на первый план такую немаловажную составляющую постиндустриального общества, как преобладание высоких технологий, в основе которых лежат последние достижения науки. Информация начинает носить глобальный характер, и границы государств перестают препятствовать движению информационных потоков. Попытки сдержать свободное информационное вещание выливаются в серьезные проблемы технологического характера для того субъекта, который стремится ввести ограничения. Значительно возрастают технические возможности эккаунтинга (сбор информации), анализа, хранения, транзита и доступа к информации, в том числе политической, в чем немалую роль играют социальные сети. Возрастает воздействие информационных технологий абсолютно на все сферы деятельности человека, активизируются процессы децентрализации общества. Наблюдается формирование новых видов деятельности: приобретает популярность профессия блогера, пишущего на разные темы, особенно на политические, таким образом, идет процесс формирования новых трудовых ресурсов за счет увеличения числа занятых в информационной сфере.

В условиях формирования информационного общества происходит поэтапное упрощение процесса эккаунтинга и передачи информации, что приводит к развитию ряда тенденций:

- постепенно растет численность группы людей, имеющих возможность участвовать в выработке и принятии решений, имеющих существенную политическую значимость;
- формируются технологические условия для постепенного сокращения неравенства возможностей граждан в политической сфере – особую роль здесь играют социальные сети. Новые технологии существенным образом воздействуют на экономические, социальные и политические сферы общества в двух противоположных направлениях:
- сохранение баланса в общественных структурах и как результат – тенденции стабилизации политической жизни;

– расшатывание общественных структур и как следствие – возможное нарушение равновесия общества.

Социальные сети становятся инструментом, способным глобально преобразовать современную политическую систему, превратив каждого пользователя в актора политического процесса, имеющего возможность влиять на принятие политических решений. Развитие интернета представляет собой глубинную модификацию информационного пространства. Современные активные пользователи сетей являются свидетелями и участниками процесса невиданного ранее перехода из виртуального мира в мир принятия реальных и осязаемых решений.

Подводя итог вышесказанному, можно с уверенностью утверждать, что мы находимся в активной, растущей фазе технopolитики (Антони Гутьеррес-Руби), которая в будущем призвана кардинально изменить способы самоорганизации общества, а вместе с тем и способы управления им. Речь идет о принципиально новой политике и об электронном политическом дискурсе, который необходимо уже сейчас начинать строить политикам, желающим оставаться на одной волне со своими избирателями. Неизбежные социальные процессы, происходящие в обществе под воздействием развития инновационных коммуникационных технологий, заставляют политиков по-другому выстраивать свой дискурс, становясь более открытыми для избирателей. Изменить способ осуществления политики стало бы для многих шагом к тому, чтобы изменить и саму политику. Особенно сейчас, когда весь мир, оказавшийся в условиях вспышки коронавируса, изменился до неузнаваемости и масштаб происходящего кризиса требует внесения значительных изменений в процессы принятия и реализации политических решений.

Активная вовлеченность в электронный политический процесс жителей стран ибероамериканского региона позволяет надеяться на то, что это создаст условия для плодотворного диалога между гражданами и институтами власти. Интернет постепенно превращается из инструмента общения в рычаг давления на государственные органы, в рупор демократии, дающий гражданам возможность быть услышанными. Данная тема, очевидно, является перспективной для научных исследований.

Особенности политической интернет-коммуникации в отдельных странах ибероамериканского региона являются малоизученной темой, требующей углубленного изучения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Arnstein S.R. A Ladder of Citizen Participation // *Journal of the American Institute of Planners*. 1969. Vol. 35, № 4. P. 216–224.
2. Fung A. Varieties of participation in complex governance // *Public Administration Review*. 2006. Vol. 66. P. 66–75.
3. Delli Carpini M., Cook F.L., Jacobs L.R. Public Deliberation, Discursive Participation, and Citizen Engagement: A Review of the Empirical Literature // *Annual Review of Political Science*. 2004. Vol. 7, № 1. P. 315–344.
4. Акопов Г.Л. Политика и Интернет. М. : ИНФА-М, 2019. 202 с. DOI: 10.12737/4155
5. Maiz R. Deliberacion e inclusion en la democracia republicana // *Revista Espanola de Investigaciones Sociologicas*. 2006. Vol. 103. P. 1–38.
6. Escobar O. Democracia participativa y elaboracion colaborativa de politicas: la experiencia de Escocia // VIII Congreso GIGAPP. URL: <http://www.gigapp.org/index.php/video-media/425-dr-oliver-escobar-en-sesion-plenaria-democracia-participativa-y-elaboracion-colaborativa-de-politicas-la-experiencia-de-escocia> (Access date: 10.08.2020).
7. Coleman S., Gotze J. Bowling Together: Online Public Engagement in Policy Deliberation. London : BT & Hansard Society, 2001. P. 1–48.

8. Norris P., Curtice J. If you build a political website, will they come? The Internet and political activism in Britain // *International Journal of Electronic Government Research*. 2006. Vol. 2, № 2. P. 1–21.
9. Jensen M., James D. Civil Society and Cyber Society: The Role of the Internet in Community Associations and Democratic Politics // *The Information Society*. 2007. Vol. 23. P. 39–50.
10. Бард А., Зодерквист Я. Нетократия: новая правящая элита и жизнь после капитализма. СПб. : Изд-во Стокгольм. школы экономики в Санкт-Петербурге, 2004. 254 с.
11. Анохин М.Г., Павлютенкова М.Ю. Информационно-коммуникативные технологии в политике // *Вестник Российского университета дружбы народов*. Серия: Политология. 1999. № 1. С. 40–52.
12. Буханрин С.Н., Цыганов В.В. Методы и технологии информационных войн. М. : Академический проспект, 2007. 384 с.
13. Вершинин М.С. Политическая коммуникация в информационном обществе. СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2001. 256 с.
14. Грачёв М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. М. : Прометей, 2004. 252 с.
15. Соловьёв А.И. Политический дискурс медиакратий: проблемы информационной эпохи // *Полис*. 2004. № 2. С. 124–132.
16. Anduiza E., Cantijoch M., Colombo C., Gallego A., Salcedo J. Los usos políticos de Internet en España // *Revista Española de Investigaciones Sociológicas* (Reis). 2010. № 129. P. 133–146.
17. Jordi B., Reniu J.M. Democracia electrónica y participación ciudadana. Informe sociológico y jurídico de la consulta ciudadana Madrid Participa, Madrid : Ayuntamiento de Madrid/Scyt/Accenture, 2004. P. 1–73.
18. Rubio R. Internet en la participación política // *Revista de Estudios Políticos*. 2000. Vol. 109. P. 285–302.
19. Perfil sociodemográfico de los internautas (datos INE 2018). URL: <https://www.onsi.red.es/onsi/es/content/perfil-sociodemografico-de-los-internautas-datos-ine-2018> (Accessed: 06.08.2020).
20. Cómo es el internauta español. URL: <https://www.merca20.com/como-es-el-internauta-espanol/> (Accessed: 06.08.2020).
21. Antoni Gutiérrez-Rubi – Comunicación Política, Institucional y Empresarial. URL: <https://www.gutierrez-rubi.es> (Accessed: 09.08.2020).
22. Аристотель. Метафизика / пер. с гр. П.Д. Перлова, В.В. Розанова. М. : Ин-т философии, теологии и истории св. Фомы, 2006. 232 с.

Статья представлена научной редакцией «Социология и политология» 22 сентября 2020 г.

Technopolitics in the Ibero-American Region

Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal, 2020, 460, 112–120.

DOI: 10.17223/15617793/460/14

Elena V. Kryukova, MGIMO-University, (Moscow, Russian Federation). E-mail: lenakryukova@yandex.ru

Elena A. Savchuk, MGIMO-University (Moscow, Russian Federation). E-mail: elenita2001@mail.ru

Iuliia V. Davtian, MGIMO-University (Moscow, Russian Federation). E-mail: aurora85@bk.ru

Keywords: cyberactivity; technopolitics; Ibero-American region; Spain; Latin America; political participation; political communication.

In recent decades, the active interaction of innovative technologies and politics has given a rise to a new specific phenomenon – technopolitics. It is acquiring clearer outlines and seeks to obtain the status of a separate applied discipline. Technopolitics includes the whole range of tools used by politicians, political organizations and political strategists within the Internet space in order to collect information about the potential electorate, form a strategy and influence the mood of voters. The main elements of technopolitics are social networks, mobile applications and specialized sites. They become an ideal platform for understanding the mood in society, forming a roadmap on key issues, which allows solving both internal and foreign policy tasks. The authors of this research set the aim to analyze examples of technopolitics functioning in the countries of the Ibero-American region, which includes countries with an impressive number of Internet users and one of the highest levels of political participation. As a result of the research, the authors come to the conclusion that Spain and the countries of Latin America are actively involved in technopolitics, which is proved by the activities of local political organizations that develop their activity in the framework of Internet communications. The creation of social media accounts and own websites is aimed at an active interaction with citizens without the participation of traditional media as an intermediary. Operative response to changes in shades of public opinion allows political parties to timely change the vector of their movement. Citizens' general engagement in technopolitics led to truly revolutionary changes in the hierarchy of the “candidate-voter”, endowing the voter with truly democratic instruments of influencing the government, and thereby increasing the percentage of political participation of citizens disenchanted with the former relations between the institution of power and the people. The Internet has allowed an ordinary person to turn into a real political actor organizing transparent discussions, easily involving a large number of people in solving political issues. People are no longer required to vote within the framework of the proposed alternative, but asked for their opinion. Much of this change is due to the creation of Twitter, a platform opened to discussion of various issues and free from censorship, very popular in the countries of the Ibero-American region.

REFERENCES

1. Arnstein, S.R. (1969) A Ladder of Citizen Participation. *Journal of the American Institute of Planners*. 35 (4). pp. 216–224.
2. Fung, A. (2006) Varieties of participation in complex governance. *Public Administration Review*. 66. pp. 66–75.
3. Delli Carpini, M., Cook, F.L. & Jacobs, L.R. (2004) Public Deliberation, Discursive Participation, and Citizen Engagement: A Review of the Empirical Literature. *Annual Review of Political Science*. 7 (1). pp. 315–344.
4. Akopov, G.L. (2019) *Politika i Internet* [Politics and the Internet]. Moscow: INFRA-M. DOI: 10.12737/4155
5. Maiz, R. (2006) Deliberacion e inclusion en la democracia republicana. *Revista Espanola de Inverstigaciones Sociologicas*. 103. pp. 1–38.
6. Escobar, O. (2017) *Democracia participativa y elaboracion colaborativa de politicas: la experiencia de Escocia*. [Online] Available from: <http://www.gigapp.org/index.php/video-media/425-dr-oliver-escobar-en-sesion-plenaria-democracia-participativa-y-elaboracion-colaborativa-de-politicas-la-experiencia-de-escocia>. (Accessed: 10.08.2020).
7. Coleman, S. & Gotze, J. (2001) *Bowling Together: Online Public Engagement in Policy Deliberation*. London: BT & Hansard Society, P. 1–48.
8. Norris, P. & Curtice, J. (2006) If you build a political website, will they come? The Internet and political activism in Britain. *International Journal of Electronic Government Research*. V2 (2). pp. 1–21.
9. Jensen, M. & James, D. (2007) Civil Society and Cyber Society: The Role of the Internet in Community Associations and Democratic Politics. *The Information Society*. 23. pp. 39–50.
10. Bard, A. & Soderqvist, J. (2004) *Netokratiya: novaya pravayashchaya elita i zhizn' posle kapitalizma* [Netocracy: The New Power Elite and Life After Capitalism]. Translated from English. St. Petersburg: Stockholm School of Economics in St. Petersburg.
11. Anokhin, M.G. & Pavlyutenkova, M.Yu. (1999) Inofrmatsionno-kommunikativnye tekhnologii v politike [Information and communication technologies in politics]. *Vestnik Rossiyskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Politologiya – RUDN Journal of Political Science*. 1. pp. 40–52.

12. Bukhanrin, S.N. & Tsyganov, V.V. (2007) *Metody i tekhnologii informatsionnykh voyn* [Methods and technologies of information wars]. Moscow: Akademicheskii prospekt.
13. Vershinin, M.S. (2001) *Politicheskaya kommunikatsiya v informatsionnom obshchestve* [Political communication in the information society]. St. Petersburg: Izd-vo Mikhaylova V.A.
14. Grachev, M.N. (2004) *Politicheskaya kommunikatsiya: teoreticheskie kontseptsii, modeli, vektory razvitiya* [Political communication: theoretical concepts, models, vectors of development]. Moscow: Prometey.
15. Solov'ev, A.I. (2004) Politicheskii diskurs mediakratiy: problemy informatsionnoy epokhi [Political discourse of media practices: problems of the information age]. *Polis – Political Studies*. 2. pp. 124–132.
16. Anduiza, E., Cantijoch, M., Colombo, C., Gallego, A. & Salcedo, J. (2010) Los usos políticos de Internet en España. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (Reis)*. 129. pp. 133–146.
17. Jordi, B. & Reniu, J.M. (2004) *Democracia electrónica y participación ciudadana. Informe sociológico y jurídico de la consulta ciudadana Madrid Participa*. Madrid: Ayuntamiento de Madrid/Scyt/Accenture. pp. 1–73.
18. Rubio, R. (2000) Internet en la participacion politica. *Revista de Estudios Politicos*. 109. pp. 285–302.
19. Ontsi.red.es. (2018) *Perfil sociodemográfico de los internautas (datos INE 2018)*. [Online] Available from: <https://www.ontsi.red.es/ontsi/es/content/perfil-sociodemografico-de-los-internautas-datos-ine-2018>. (Accessed: 06.08.2020).
20. Merca20.com. (2018) *Cómo es el internauta español*. [Online] Available from: <https://www.merca20.com/como-es-el-internauta-espanol/>. (Accessed: 06.08.2020).
21. Antoni Gutiérrez-Rubí Website. (2020) *Comunicación Política, Institucional y Empresarial*. [Online] Available from: <https://www.gutierrez-rubi.es>. (Accessed: 09.08.2020).
22. Aristotle. (2006) *Metafizika* [Metaphysics]. Translated from Greek by P.D. Pervov, V.V. Rozanov. Moscow: St. Thomas Institute of Philosophy, Theology and History.

Received: 22 September 2020