

ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОЛИТИЧЕСКОЙ МОБИЛИЗАЦИИ В ЭПОХУ BIG DATA

В данной работе авторы анализируют роль интернет-технологий в системе инструментария политической мобилизации. Уделив внимание эволюции теоретических представлений о влиянии интернета и технологий Web 2.0 на функционирование политических систем, авторы подробно рассматривают актуальное состояние и трансформацию инструментария политической мобилизации в контексте развития технологий Big Data. В частности, отмечается потенциал анализа больших пользовательских данных для достижения целей политической мобилизации граждан.

Ключевые слова: политическая мобилизация, интернет-технологии, Web 2.0, Big Data, большие пользовательские данные, геотаргетинг.

Появление интернета и последующее развитие новых форм массовой коммуникации стало отправной точкой для глобальных изменений во всех сферах жизни общества. Эти изменения, привлечение широкое внимание ученых и исследователей из разных областей науки, коснулись не только методов получения информации и способов взаимодействия и коммуникации, но и более фундаментальных аспектов функционирования политических систем, их равновесия и стабильности, в частности – трансформации и изменения места государственных органов в новых системах.

В своих работах многие исследователи уделяли внимание вопросам использования интернет-пространства как принципиально нового инструмента воздействия на общественное сознание и политической мобилизации масс. Данный вопрос относится к сфере убеждения и манипулирования мнениями пользователей.

Ряд авторов исследовали именно эту составляющую виртуальных технологий политической мобилизации. Так, Роналд Дейберт [12], профессор

кафедры политологии Университета Торонто, Канада, в своей книге «Пергамент, печать и гипермедиа: коммуникация во время трансформации мирового порядка» высказал мнение, что «гипермедиа» – именно так он называл интернет – лишат правительства возможности совершать противоправные негуманные действия против своего населения. Открытый мир интернета должен обеспечить реализацию единых стандартов справедливости и свободы на территории всей планеты, а на смену государствам придет единая «интернет-нация».

В свою очередь, Френсис Фукуяма в книге «Доверие» [11. С. 730] предположил, что новый информационный мир не сделает общество свободнее. Идея свободы, по мнению Фукуямы, в мире развитого интернета связана с ожиданиями уничтожения существующей иерархии, в том числе политической. Несмотря на ликвидацию линейных типов коммуникации, акторы все равно сохраняют желание контролировать других акторов, что вызовет необходимость сохранения этой иерархии.

Одним из первых исследователей, обративших внимание на интернет-технологии политической мобилизации в свете появления новой информационной среды, был Говард Рейнгольд. В своей работе «Умная толпа» [9. С. 416] он впервые дал определение подобному феномену. «Сетевая война – это новый вид противоборства, где герои – от террористов и преступных группировок со стороны зла до воинственных общественных деятелей со стороны добра – используют сетевые формы организации, доктрины, стратегии и технологии с учетом требований информационного века». По мнению Рейнгольда, основным преимуществом новых форм коммуникации стала способность в условиях ограниченных временных ресурсов собирать толпы людей и синхронизировать их действия. При этом, ученый обращал внимание, что интернет-технологии политической мобилизации помогают и самим властям контролировать общества, так как интернет позволяет получать большие объемы информации о каждом человеке, зарегистрированным в той или иной социальной сети.

Развитие технологий Web 2.0 и, в частности, социальных сетей породило существенные изменения не только в нашей повседневной жизни, но и в принципах политической коммуникации. Результатом данного процесса стало повышение роли социальных сетей в политической жизни государств. Появились также интернет-технологии политической мобилизации, с помощью которых акторы политического процесса задействуют пользователей социальных сетей в политических акциях. Как именно реализуются и применяются данные технологии – вопрос, которым задаются и который изучают многие исследователи.

Свой вклад в изучение интернет-технологий политической мобилизации внес также С.В. Володенков. В диссертации на соискание научной степени доктора политических наук [10. С. 48], в своей книге «Интернет-коммуни-

кации в глобальном пространстве современного политического управления» [2. С. 271] и в многочисленных статьях [3] по теме интернет-технологий политической коммуникации он предлагает пересмотреть взгляд на интернет как на территорию открытого диалога, утверждая, что социальные сети обладают существенно большим, чем традиционные СМИ, потенциалом для манипулирования общественным сознанием и мнением. Данная проблема, по мнению автора, вызывает необходимость выстраивания полноценной стратегии противодействия виртуальным технологиям политической мобилизации.

В поддержку значительного влияния социальных сетей на политическую мобилизацию можно найти множество работ социологов и политологов, однако существует и противоположная позиция. Так, экс-министр промышленности и торговли Венесуэлы, ныне известный журналист и политолог Мойзес Найм в книге «Конец власти. От залов заседаний до полей сражений, от церкви до государства: почему управлять сегодня нужно иначе» ставит под сомнение довод о влиянии социальных сетей на политику современных государств [8. С. 29-30]. Автор не разделяет позиции, согласно которой именно интернет играет ключевую роль в процессе смены политических режимов. Тем не менее, в процессе дестабилизации политических режимов интернет выступает в качестве инструмента политической мобилизации, цель которой – демонстрация гражданам проблем бытовой, социальной и политической жизни государства.

Также к противникам тезиса об эффективности интернета в вопросе консолидации общества в политической борьбе можно отнести сторонников теории слактивизма. Главной идеей теории является тезис, что социальные сети не предполагают перехода протеста от виртуального состояния в реальное.

Пользователи действительно заходят на протестные страницы в социальных сетях, активно участвуют в их жизни, однако в реальных политических акциях участия не принимают. Более того, социальные сети позволяют органам государственной власти выявлять и ликвидировать лидеров протеста, которые несут в себе опасность для государства. Сторонниками данных идей являются Е. Морозов [14] и З. Бауман [1].

Наличие различных подходов к изучению феномена интернет-технологий политической мобилизации позволяют развивать и дополнять теоретическое осмысление процесса интеграции современных средств коммуникации в политическую и общественную жизнь. При этом очевидным является тот факт, что уже сейчас интернет-технологии оказывают реальное воздействие на общество.

Более того, они продолжают развиваться, выходя на новый уровень эффективности и приобретая новые качества параллельно с появлением новых и перспективных для общественных институтов технологий. К числу таких технологий, обладающих существенным потенциалом для трансформации

инструментария политических и мобилизационных кампаний, относятся и технологии Big Data.

Так, сейчас социальные сети являются не только эффективным инструментом политической мобилизации, позволяющим управлять политическим поведением масс и координировать их действия, но и, как уже упоминалось выше, ценным источником информации, необходимой для реализации мобилизационной кампании. Собираемые в социальных сетях данные позволяют, например, выявить лидеров общественного мнения и самые острые проблемы, волнующие те или иные категории избирателей, определить наиболее обсуждаемые вопросы, распространенные хэштеги, оценить вектор восприятия пользователями соцсетей политических акторов и уровень популярности последних.

Кроме того, социальные сети являются важным источником информации и о самих объектах мобилизации. Такая информация, собираемая в масштабных объемах, трансформируется в большие пользовательские данные – основной ресурс современных «цифровых» политических кампаний. В данном случае речь идет не только о сведениях, которыми пользователь делится добровольно – персональные данные, фото и видео, информация об образовании, месте работы, контактах, но и так называемых «вычисленных» данных – паттернах поведения конкретного индивида, его политических, религиозных и иных взглядах – полученных благодаря анализу его лайков, комментариев, репостов и т.д. Таким образом, большие пользовательские данные позволяют анализировать, исследовать, сегментировать, классифицировать, оценивать и ранжировать избирателей для выявления наиболее эффективных инструментов влияния и таргетированного воздействия на объект управления с целью его вовлечения в политический процесс.

Современные «цифровые» политические кампании при этом не ограничиваются анализом данных из социальных сетей и расширяют свой инструментарий. В частности, в последнее время наблюдается тенденция использования мобильных приложений в качестве инструмента для сбора данных о потенциальных сторонниках и одновременно механизма их мобилизации. Во-первых, речь идет как о привычных мобильных приложениях – геолокационных, банковских, музыкальных, приложениях для фитнеса, заказа такси, еды и многих других, которые дают дополнительные сведения о людях, их вкусах, предпочтениях, интересах, материальном положении и т.д. Во-вторых, существует также отдельный вид политических приложений, среди которых исследователи выделяют три категории [13]:

- специализированные политические мобильные приложения, создаваемые в определенных целях – например, для организации поддержки конкретных политических кандидатов на выборах и привлечения голосов;
- приложения для опросов и агитации;
- игровые приложения, разрабатываемые для мобилизации, существующей базы сторонников и привлечения новых.

Благодаря мобильным приложениям политические единомышленники получают возможность сформировать исключительное пространство для взаимодействия и обмена идеями, в отличие от более крупных платформ социальных сетей, где одновременно сосуществует множество мнений и взглядов. С одной стороны, подобные приложения позволяют очертить круг потенциального электората и расширить знания о нем. С другой стороны, они поощряют политическое участие, например, за счет геймификации и внедрения элементов соревнования, позволяя пользователям накапливать баллы и получать значки в обмен на выполнение определенных условий, таких как просмотр рекламы кампании, приглашение друзей, предоставление своего мобильного телефона и т.д.

При этом, с ростом вычислительных мощностей и развитием технологий анализа интернет сам по себе становится источником больших пользовательских данных. Сейчас уже применяется широкий спектр инструментов для отслеживания «цифровых следов», которые пользователи оставляют в интернете. Отдельного внимания в контексте политической мобилизации заслуживают разнообразные геотаргетинговые технологии, основывающиеся на использовании информации о местоположении каждого конкретного индивида. Геолокационные данные позволяют не только изучить, где живет человек, где работает, учится, чем занимается в свободное время, что само по себе является ценным активом для политической кампании, но и лучше спланировать и организовать мобилизационные акции.

Итак, интернет-пространство, социальные сети, приложения, таким образом, становятся не просто инструментом и коммуникационной платформой для мобилизации сторонников, но приобретают самостоятельную ценность в качестве источника больших пользовательских данных.

Совокупность вышепредставленных технологий и инструментов позволяет агрегировать максимально обширные наборы больших пользовательских данных об объектах политической мобилизации. Они могут быть декомпозированы на следующие виды данных: финансово-экономические, биологические, социальные, личные и, наконец, поведенческие [7. С. 48-53], которые играют значимую роль с точки зрения политической мобилизации. Благодаря анализу данных такой степени детализации, субъекты управления получают возможность с высокой точностью предсказать, какие граждане будут более активно реагировать на проблемы и поддерживать своих кандидатов и, следовательно, существенно повысить эффективность политической мобилизации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Бауман З. Способны ли Facebook и Twitter помочь распространению демократии и прав человека? // Русский журнал. 2013 // <http://russ.ru/Mirovaya-povestka/Sposobny-li-Facebook-i-Twitter-pomoch-rasprostraneniyu-demokratii-i-prav-cheloveka>.

2. Володенков С.В. Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления. М.: Издательство Проспект, 2018.
3. Володенков С.В. Интернет-технологии как современный инструмент виртуализации массовой политической реальности // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. 2017. № 2.
4. Володенков С.В. Особенности интернет-коммуникации в современном политическом процессе // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. 2014. № 2.
5. Володенков С.В. Медиатизация и виртуализация современного пространства публичной политики // Коммуникология. 2016. № 4.
6. Володенков С.В. Роль информационно-коммуникационных технологий в современной политике // Антиномии. 2018. № 2.
7. Денисенко П.В. Большие данные и надж-технологии как инструменты современного политического управления // Современная медиасреда: традиции, актуальные практики и тенденции. Взгляд молодых исследователей. Статьи 19-ой Международной конференции студентов и аспирантов и XIII международного «Конкурса научных работ студентов, магистрантов, аспирантов и соискателей». Санкт-Петербург, 2020.
8. Наим М. Конец власти. От залов заседаний до полей сражений, от церкви до государства: почему управлять сегодня нужно иначе // Corpus. 2016.
9. Рейнгольд Г. Умная толпа: новая социальная революция / пер. с англ. А. Гарькавого. М.: ФАИРПРЕСС, 2006.
10. Технологии интернет-коммуникации в системе современного политического управления: автореферат дис. ... доктора политических наук: 23.00.02 / Володенков Сергей Владимирович; Место защиты: Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. М., 2015.
11. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию / пер. с англ. М.: ООО «Издательство АСТ»: ЗАО НПП «Ермак», 2004. (Philosophy).
12. Deibert R.J. Parchment, Printing and Hypermedia: Communications in World Order Transformation. N.Y.: Columbia University Press, 1997.
13. Hankey S. Tools of the Influence Industry // Tactical Tech. 2019 // <https://ourdataourse.lves.tacticaltech.org/posts/methods-and-practices/>.
14. Morozov E. The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom. NY: PublicAffairs, 2012.

P.V. DENISENKO

*Postgraduate student at the Faculty of Politology,
Lomonosov Moscow State University,
Moscow, Russia*

E.T. YESIEV

*Postgraduate student at the Faculty of Politology,
Lomonosov Moscow State University,
Moscow, Russia*

INTERNET TECHNOLOGIES AS A TOOL FOR POLITICAL MOBILIZATION IN THE ERA OF BIG DATA

In this paper the authors analyze the role of Internet technologies as a tool for political mobilization. Particular attention is paid to the evolution of theoretical ideas about the impact of the Internet and Web 2.0 technologies on political systems. Moreover, the authors consider in detail the current state and transformation of the tools of political mobilization in the context of the development of Big Data technologies. In particular, the potential of big user data is regarded.

Key words: *political mobilization, Internet technologies, Web 2.0, Big Data, big user data, geotargeting.*