Владислав Владимирович Декалов

Санкт-Петербургский государственный университет

andavior@gmail.com

**Политизация цифрового пространства: между пропагандой и режиссируемым протестом**

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ: проект «Медиатизация локальных инцидентов как механизм мобилизации политического протеста в информационно-сетевом обществе», № 20-011-00371 А

В статье рассматривается феномен политизации цифрового пространства. Предлагается типология стратегий различных акторов власти на пересечении медиаполитического и цифрового пространств. Поднимается проблема монополизации трафика и её деструктивного влияния на политический процесс.

Ключевые слова: цифровой актор власти, цифровой капитал, политическая мобилизация.

Любое социальное пространство – будь то пространство экономическое, культурное или политическое – конституируется неравенством доступа к определенному виду ресурса в его материальном или символическом измерении. Агенты в рамках каждого из этих пространств могут обладать или не обладать властью, то есть неравным и символически подкрепленным доступом к такому ресурсу [2]. В свою очередь властные агенты (акторы) делятся на тех, кто включен в институциональные структуры пространства (или нескольких пространств, например, когда речь идёт о медиаполитическом слиянии [1]) и тех, кто действует вне этих структур и даже вопреки им.

Глобальная дигитализация позволяет говорить об актуализации сравнительно нового социального пространства – цифрового [5]. В нём, как и в пространстве экономическом, консолидируется важный символический ресурс, достаточно ликвидный для превращения его в ресурсы других пространств. Этим ресурсом является внимание подключенных к интернету пользователей [3], которое, будучи удержанным на том или ином цифровом сегменте, может быть превращено в символический цифровой капитал и далее – конвертировано в богатство (экономический капитал), знания (культурный капитал), влияние (политический капитал).

Таким образом с приходом медиаполитики в цифровое пространство важно не только анализировать практики реализующихся в нём медиаполитических акторов (как институциональных, так и неинституциональных), но и практики акторов цифровых (например, сетевых лидеров мнений), которым становится интересно обретение политической субъектности [4].

В соответствии с этим можно выделить несколько типов акторных стратегий на пересечении цифрового и политического пространств. При этом важно отметить, что актор может не придерживаться какой-либо одной стратегии, комбинируя их в своём репертуаре.

Так, институциональный медиаполитический актор (системный политик или партия), воздействуя на медиаполитическое измерение будет стремиться поддерживать с помощью цифровых инструментов стабильность политической власти и воспроизводство политических институтов. Воздействуя же на цифровое измерение, этот актор будет ориентироваться на охват интернет-аудитории официальной политической повесткой и идеологией.

Неинституциональный медиаполитический актор (оппозиционный политик или активист) может использовать цифровые инструменты в качестве альтернативного способа накопления политического капитала. Либо также ориентироваться на охват пользователей интернета, только теперь уже — маргинальной в политическом плане повесткой для обращения этих пользователей в оппозиционную политическую публику.

Цифровой актор может производить и распространять политически нагруженный контент, релевантный потребностям его аудитории (подписчиков сообщества ВКонтакте, фолловеров в Twitter и т.п.). В зависимости от мотивации актора, накопленный им капитал внимания может конвертироваться в политический капитал, но может и оставаться в рамках отношений «цифровой капитал — экономический капитал» (например, когда интерес актора к «горячей» теме продиктован необходимостью дополнительной монетизации сегмента).

Важным направлением для исследования цифровизации политики является анализ отношений зависимости, трансформирующих акторные стратегии. Так, зависимый цифровой актор может начать выполнять чисто инструментальную функцию, например, ретранслятора, гасителя или усилителя тех или иных политических месседжей. Это увеличивает капитал, но уже другого актора или группы акторов, в потенциале способных концентрировать существенно больше власти, чем все остальные игроки обоих пространств вместе взятые.

Подобная «монополизация» трафика способствует как стихийной мобилизации протестной аудитории и организованной конвертации её недовольства в реальный политический протест, так и излишней консервации, и замене сетевых дискуссий новыми формами пропаганды. Оба сценария без сомнения приводят к снижению эффективности «цифры» как поля для конструктивного политического диалога.

Литература

1. Бодрунова С.С. Медиаполитическое взаимодействие или политическая коммуникация? К вопросу о развитии медиаполитологии в России // Медиаскоп. 2014. № 4. URL: <http://www.mediascope.ru/1653>.

2. Бурдье П. Практический смысл. СПб., 2017.

3. Декалов В.В. Внимание как базовый ресурс коммуникативного капитализма // Российская школа связей с общественностью. 2017. Т. 10. С. 27–38.

4. Gavra D., Dekalov V., Naumenko K. Digital subjects as New Power Actors: A Critical View on Political, Media-, and Digital Spaces Intersection // Studies in Computional Intelligence. Vol. 868, 2020. P. 233–243.

5. Smith T.G. Politicizing Digital Space: Theory, the Internet, and Renewing Democracy. University of Westminster Press, London. 2017.