

Твиттер, фейсбук, полит-пираты

Влияние Интернета на политику выходит далеко за рамки предвыборной рекламы



КРИСТОФ БИБЕР

научный сотрудник Гисенского университета, специализирующийся на таких темах как политическая коммуникация, новые СМИ, Интернет и демократия

В преддверии выборов в Европарламент вновь проявилась значимость электронной коммуникации как средства мобилизации избирателей. Но Интернет — это нечто большее, чем просто электронный рекламный щит. Он может выносить на обсуждение разные темы, влияя тем самым на содержание политики. В конечном счете, он даже может воздействовать на структуру политической системы.

В 2009 году, когда одни выборы сменяют другие, партии и политические деятели вновь озабочены прежде всего тем, как привлечь на свою сторону побольше избирателей. Кроме традиционных методов предвыборной агитации они все чаще используют электронные формы интерактивной коммуникации. Так было и перед выборами в Европейский парламент, для которых в целом характерна низкая активность избирателей. Если внимательнее присмотреться к различным аспектам электронной политики, приходится констатировать, что Интернет используется здесь отнюдь не только в целях маркетинга и коммуникации. Интернет влияет на политику на нескольких уровнях. Принятое в англосаксонских странах разделение политики на «*politics*», «*policy*» и «*polity*» — то есть на политические процессы, политическое содержание и политические структуры — представляется в этой связи подходящей основой для анализа.

Предвыборная борьба и информация: «e-politics»

Классическая форма электронной политической деятельности характерна прежде всего для уровня политических процессов — в частности, для выборных кампаний. Это стало заметно еще задолго до прошлогодних выборов президента США. Уже с середины 90-х годов новые технологии и платформы постоянно обогащают медийное сопровождение выборных кампаний. И все же последние выборы президента США явились апогеем этой тенденции. Предвыборный штаб демократов во главе с менеджером Дэвидом Аксельродом установил новую планку уровня онлайн-кампании, сумев связать воедино различные элементы: сбор пожертвований через Интернет, рассылку информации по электронной почте, широкое присутствие на видео-платформах вроде *YouTube*. С помощью сайта my.barack.obama.com демократам удалось создать организованную по региональному принципу сеть поддержки своего кандидата.

Онлайновые кампании в связи с нынешними выборами в Европарламент были не столь масштабны и зрелы. Тем не менее, многие европейские партии в целом следовали аналогичной стратегии. Как и в США, они опирались на идею отказа от традиционной стратегии «*top-down*». Предвыборную кампанию они теперь проводили не только как централизованную маркетинговую акцию, но и включали в нее волонтеров как (почти) равноправных участников команды. В Германии, например, утвердилось мнение, что

современное использование Интернета в политической коммуникации уже не может ограничиваться партийными сайтами (spd.de), личными сайтами кандидатов (koch-mehrin.de) или специальными сайтами, открытыми ради предвыборной кампании (gruene.de/meine-kampagne.html; europeecologie.fr/content/le-kit-militant).

Онлайновая выборная кампания 2009 года в значительной мере переместилась на платформы, пользующиеся большой популярностью среди пользователей Сети: прежде всего речь идет о видеопортале *YouTube*, онлайновой сети *Facebook*, а также об информационной службе *Twitter*. Предоставление и распространение предвыборных рекламных роликов через *YouTube* поначалу было всего лишь технически слегка смещенным продолжением телевизионной предвыборной агитации. Партии или отдельные политические деятели (youtube.com/cduv?gl=DE&hl=de), создавая так называемые «каналы», объединяют свои рекламные ролики и повышают, таким образом, степень распространения своих кампаний среди молодых избирателей и вне традиционных СМИ.

В кампании по выборам президента США одну из центральных ролей играли так называемые «социальные сети», среди них платформы *MySpace* и *Facebook*. Дело в том, что, в частности, с помощью этих сайтов выстраивались сети поддержки кандидатов на местном или региональном уровне. Политики создавали там «профили», то есть личные информационные странички, на которых в течение короткого времени множество пользователей регистрировались как «друзья» или «сторонники». Так возникли новые сети политической коммуникации вне устоявшихся партийных структур, которые, с одной стороны, позволяли участникам предвыборной борьбы рекрутировать и мобилизовать добровольных помощников, а с другой - распространять электронные информационные материалы. На страничке Барака Обамы успели зарегистрироваться почти 6,4 миллионов сторонников со всего мира.

В Европе Николя Саркози и Сильвио Берлускони ведут чрезвычайно популярные «профили» на платформе *Facebook*. На их страничках на данный момент зарегистрировано соответственно 120 тысяч и 135 тысяч сторонников. В отличие от американской модели конкретный политический повод здесь, правда, отступает на задний план. Целью этой акции является скорее повышение общей популярности политиков, создание имиджа «полит-звезды». Профили Ангелы Меркель и Франка-Вальтера Штайнмайера гораздо сильнее связаны с контекстом политических кампаний. В то же время в них отражаются трудности, с которыми сталкиваются в новом коммуникационном пространстве политические лидеры, желающие начать там продуктивный диалог. Профили Меркель и Штайнмайера смогли привлечь пока что соответственно всего лишь 10 тысяч и 4 тысячи сторонников.

Коммуникационный канал *Twitter*, активно использовавшийся во время президентских выборов в США, среди политических деятелей Европы особой популярностью пока не пользуется. Одним из первопроходцев здесь является лидер «зеленых» Райнхард Бютикофер, зарегистрированный как *@bueti*. Содержание этих страничек удачно характеризует само название платформы: «twitter» значит по-английски «чириканье». Сначала пользователи составляют свой профиль и затем могут рассылать сообщения размером до 140 знаков. Другие пользователи этой сети могут получать сообщения или «твиты», подписавшись на поток информации, исходящей от определенного лица, и став, таким образом, его «сторонником».

В рамках предвыборной кампании этот инструмент используется как своего рода «служба новостей», снабжающая пользователей свежей информацией о том, как про-

ходит кампания. Программа может также передавать анонсы мероприятий. Иногда даже рассылаются аргументы, которые можно использовать в спорах с политическими конкурентами. В этом случае либо вкратце излагается противоположная позиция, либо посредством ссылки на другие онлайн-ресурсы – например, на собственный сайт, интервью или программу партии – подкрепляется собственная точка зрения. В ходе выборных кампаний политики, являющиеся абонентами *Twitter*, зачастую значительно повышают число своих сторонников. Но иногда по этому каналу распространяется также эксклюзивная информация. Так, например, британский министр Том Уотсон объявил через *Twitter* о своей отставке (twitter.com/tom_watson).

Для всех названных онлайн-платформ характерна общая черта: они не являются чисто национальными коммуникационными каналами и поэтому открывают серьезные возможности для трансграничного обмена. Тем не менее, на платформах *Facebook*, *YouTube* и *Twitter* не возникло трансграничной европейской политической коммуникации в связи с выборами. Прежде всего это объясняется тем, что за немногими исключениями предвыборные кампании были сосредоточены на национальной тематике. И все же уже возникли первые проекты, обращенные к «европейской общественности», невзирая на национальные границы. Проект *TweetElect09*, например, объединил сообщения платформы *Twitter*, посвященные выборам в Европарламент. Таким образом, он заложил основу политических дискуссий. Сообщения можно было сортировать по стране происхождения, ориентации содержания на определенные политические партии или по упоминанию отдельных политических деятелей. Подводя итог, можно сказать, что фактическое использование новых средств коммуникации в связи с выборами в Европейский парламент на уровне предвыборных процессов и коммуникации с избирателями далеко еще не исчерпало потенциала этих новых ресурсов.

Авторское право и цензура в Интернете как политические темы: «e-policy»

С другой стороны, в некоторых сферах политики – т. е. на уровне *policy* – возникла оживленная дискуссия, касающаяся содержательной стороны политической активности. Сразу в нескольких странах на онлайн-форумах в центр внимания попали вопросы «электронных гражданских прав». В Швеции и Германии, в частности, речь зашла о реформе авторского права. В Швеции и Франции разгорелись споры о санкциях против онлайн-обменных бирж и пользователей нелегально скопированных музыкальных и текстовых файлов. В Германии споры вызвали также планы Министерства по делам семьи заблокировать, но не закрывать Интернет-сайты, содержащие детскую порнографию.¹ Многие участники дискуссий считают, что темы, которые параллельно обсуждаются в разных странах, могут привести к возникновению эмпирически идентифицируемой «европейской общественности». Для этого должно произойти объединение дискуссий, которые пока ведутся в национальных рамках. Вполне подходящей для этого темой могут стать «электронные гражданские права», ведь именно юридическая практика свидетельствует о том, что национальные решения не работают на уровне транснациональной электронной коммуникации.

Но национальные законы до сих пор носят на себе печать старой политики. Они

1. Дискуссии по всем названным темам слишком сложны, чтобы их можно было кратко изложить в рамках данной статьи. См. в этой связи: Kai Biermann: *Im Netz der Datenpiraten*. ZETT Online, 2.3.2009, www.zeit.de/online/2009/09/pirate-bay-prozess?page=1; Michael Wiegel: *Kein Rechtsschutz für Raubkopierer*. FAZ.net, 13.5.2009, www.faz.net/s/RubDDBDABB9457A437BAA85A49C26FB23Ao/Doc-EF9122F2F2A414B9BBBB3CE8A157B663-ATpl-Ecommon-Scontent.html; Christian Stöcker: *Die Generation C64 schlägt*. Spiegel Online, 2.6.2009, www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,628017,00.html



выстроены с расчетом на позитивный отклик со стороны национальной общественности и по большей части ориентированы на голоса тех избирателей, которые критически настроены по отношению к Интернету. Поэтому они зачастую игнорируют технические особенности Сети. Во многих случаях отсутствует необходимая экспертиза. Шведские Интернет-активисты из «Партии пиратов» и их германские коллеги, критикующие предложение Урсулы фон дер Ляйен ввести в Интернет «защитные барьеры», оценили нынешние законодательные

инициативы как выражение политики, «враждебной по отношению к Интернету». В то же время активисты рассматривают нынешнюю ситуацию как своего рода новый конфликт поколений, упрекая политическую элиту в том, что она с пренебрежением относится к электронным средствам коммуникации, которые играют важную роль в жизни многих людей. Но «digital natives», то есть подростки и молодые взрослые, выросшие в среде электронных средств коммуникации, - это только часть нового политического сообщества. Многие из тех, кому сейчас уже за 40 и 50, тоже давно привыкли к интерактивным средствам коммуникации. Попытки шведов, французов и немцев ограничить свободу пользователей Интернета - это лишь часть предлагаемых мер по регулированию содержания всемирной Сети. Значение новых форм коммуникации будет возрастать и в других сферах политики. Уже сейчас в дискуссиях по таким смежным темам как электронные гражданские права, защита информации и информационное самоопределение центральную роль играют онлайн-форумы.

Новые импульсы из Сети в адрес политических организаций: «e-polity»

На институциональном уровне также уже давно заметно влияние интерактивных электронных средств коммуникации. Самый яркий пример здесь - это успех на выборах шведской «Партии пиратов» (*piratpartiet.se*). За несколько недель, предшествовавших выборам в Европарламент, эта группировка стремительно нарастила свое членство, став третьей по численности партийной организацией Швеции. Волна вступлений в эту партию была вызвана сроками лишения свободы, на которые были осуждены четыре человека, связанных с онлайн-обменной сетью «The Pirate Bay», которых обвинили в «пособничестве злостным нарушениям авторского права». На выборах в Европарламент Партия пиратов набрала 7,1% голосов, и в Европарламенте ее теперь будет представлять депутат Кристиан Энгстрем. В возрастной группе 18-30 лет за эту партию проголосовали целых 19% избирателей. Это тем более удивительно, потому что Партия пиратов - это так называемая «партия одной темы»: ее единственной программной целью является соблюдение электронных гражданских прав. Свою первую проверку на совместимость с «классической» политикой Партия пиратов вскоре должна будет пройти на европейском уровне, когда речь пойдет о присоединении к какой-либо фракции. В качестве коалиционных партнеров для нее потенциально подошли бы, наверное, только либералы или «зеленые».

В Германии за этими событиями внимательно следят — прежде всего члены германской Партии пиратов. За список этой организации, которая в Германии слывет «партией шутников», на выборах в Европарламент проголосовали всего 0,9% избирателей. Но географическое распределение ее сторонников позволяет предположить, что электоральный потенциал Интернет-сообщества в Германии весьма значителен: за эту партию голосуют прежде всего в студенческих городах.² Теперь Партия пиратов готовится участвовать в выборах в Бундестаг, собирая необходимые для этого подписи. Партия может получить поддержку со стороны подписантов весьма успешной онлайн-вой петиции, которую можно найти на сайте Германского Бундестага под заголовком «Интернет — против черных списков и блокирования сайтов». Незадолго до окончания сбора подписей, срок которого истекал 16 июня, уже более 117,5 тысяч граждан подписались под кратко сформулированной критикой проекта «закона о блокировании сайтов».³

Сумеет ли Партия пиратов, несмотря на свою узкую тематическую ориентацию и пока что ограниченный электорат из числа убежденных «граждан Сети», укрепить свои позиции, зависит также от реакции «старых» партий. В ходе дебатов о «защитных барьерах» они довольно сдержанно отвечали на критику со стороны Интернет-сообщества. В конце концов, различные фракции решили выслушать мнение экспертов по данной теме. Но четких позиций по вопросу «электронных гражданских прав» до сих пор сформулировано не было. Правящие партии никак еще не могут перевернуть провал законопроекта и договориться о коррекции курса. В то же время Левая партия, по всей видимости, не считает Интернет-пользователей своей главной целевой группой. В Германии — аналогично ситуации на европейском уровне — «зеленые» и свободные демократы проявляют наибольшую открытость по отношению к дебатам о правах и свободах в Интернете. Останется ли вопрос «электронных гражданских прав» в перспективе важной конфликтной линией, покажет время. На вопрос о том, включают ли «старые» партии это новое политическое поле в сферу своих национальных электоральных интересов или же возникнет международное сообщество «тематических» партий, на данный момент ответить трудно.

Кампания по выборам в Европарламент показала: электронные формы коммуникации проникли во все сферы политической жизни. На уровне процессов политической коммуникации новые ресурсы играли довольно важную роль, хотя их потенциал исчерпан не был. Но Интернет уже вышел за функциональные рамки средства политической мобилизации. Дебаты о цензуре в Интернете сделали сам Интернет темой политики, а прохождение шведской Партии пиратов в Европейский парламент повлияло, в конечном счете, на институциональную структуру европейской политики. Воздействие новых средств коммуникации на все три измерения политики будет и далее усиливаться. Это покажет, несомненно, и предстоящая кампания по выборам в Германский Бундестаг. ■

2. Краткий обзор см. *Alexander Svenson: Auf Piratensuche. www.wortfeld.de/2009/06/auf-piratensuche*

3. Текст петиции, а также обширную дискуссию по данной теме можно найти по адресу: <https://epetitionen.bundestag.de/index.php?action=petition;sa=details;petition=3860>.