MEDIA DIMENSIONS OF SOCIAL AND POLITICAL DISCOURSE

DOI: 10.46340/eppd.2021.8.5.15

Nataliia Natalina, PhD in Political Science

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2951-6425>

Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsya, Ukraine

DIGITAL COMMUNICATION TRANSFORMATION AS A FACTOR OF DELEGITIMIZATION OF POLITICAL INSTITUTIONS

Наталія Наталіна, к. політ. н.

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця, Україна

ТРАНСФОРМАЦІЯ ЦИФРОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ ЯК ЧИННИК ДЕЛЕГІТИМАЦІЇ ПОЛІТИЧНИХ ІНСТИТУТІВ

The author examines the transformation of digital network communication as one of the factors declining trust in political institutions in the context of the global Covid-19 pandemic. The theoretical basis of the study is based on the theory of communicative action of J.Habermas, theoretical models of deliberative democracy by J.Besset, and agonistic pluralism by Ch.Muff, as well as the theory of network society by M.Castells. The author suggests that restrictions on freedom of digital communication caused by the usage of artificial intelligence, censorship of social networks by digital technology giants and transfer of users' communication to closed channels (messaging) reduce the potential of discussion and consensus as a prerequisite for representative democracy. The article analyzes the impact of artificial intelligence on freedom of communication, provides cases of users' exclusion from communication networks and manipulation through the so-called "bot farms". Peculiarities of communication in new technological platforms (messaging) are determined. The author concludes that the transformation of networked digital communication transfers users to a digital "value-semantic capsule", which significantly limits the pluralism of opinions and reduces the potential for finding consensus (according to J.Habermas) or points of contact (according to Ch.Muff) as a prerequisite for legitimizing political institutions. The phenomenon of digital anomie, which leads to the intensification of digital protest movements around the world and contributes to the further weakening of institutional actors, is proposed for consideration. Against the background of such protests, national governments are implementing measures to control the digital environment. However, under current conditions of digital network communication development, such control can't be completed for any subjects. In its turn, it calls to question related to their subjectivity in politics. Political institutions should find new mechanisms of legitimation, taking into account the above trends in the transformation of the communication field. The study of such mechanisms and the development of recommendations for national governments to restore citizens' trust in democratic governance using the opportunities and challenges of digital network communication are the subject of further research by the author.

Keywords: political institutions, digital network communication, social networks, artificial intelligence, digital anomie, legitimacy, representative democracy.

На тлі пандемії Covid-19 людство зустрічається із низкою глобальних викликів не тільки щодо сфери охорони здоров'я, але й відносно інституційної спроможності національних держав та ключових політичних акторів до вирішення існуючих проблем та формування моделі нового світопорядку. Все більше песимістичних оцінок лунає щодо перспектив представницької демократії

як глобальної моделі політичного управління. Як відзначив генеральний секретар ООН А.Гутерреш під час виступу у лютому 2021 р., з початку 1990-х рр. явка виборців в усьому світі знизилася в середньому на 10%. За його словами, довіра до інститутів та лідерів зменшується: «Зростаючий розрив у довірі між людьми, установами та лідерами загрожує усім нам»¹.

Тези А.Гутерреша підтверджуються і результатами емпіричних досліджень², що фіксують значне зниження довіри до інститутів та лідерів в усьому світі на фоні пандемії Covid-19, карантинних заходів, протестів проти системного расизму та політичної нестабільності.

Інституційна слабкість на фоні «коронакризи» призвела до того, що американська неурядова організація Freedom House у своєму звіті Nations in Transit-2021 називає «антидемократичний поворот»³. Дослідники констатують, нездатність існуючих інституцій вирішити нагальні суспільні занепокоєння. За їх висновками, невідале управління пандемією з боку основних демократій забезпечило додаткові аргументи для опонентів демократичного управління.

Метою цієї статті є дослідження комунікаційних чинників зниження довіри до інститутів та лідерів задля пошуку шляхів до нової моделі легітимізації політичних інститутів та демократичного урядування. Авторська гіпотеза полягає в тому, що обмеження свободи цифрової комунікації через використання штучного інтелекту, цензура у соціальних мережах з боку цифрових технологічних гігантів та перенесення користувачами своєї комунікації у більш закриті канали (месенджери) знижують потенціал до обговорення та пошуку консенсусу як передумови деліберативної демократії. Виникає явище цифрової аномії, що призводить до інтенсифікації в усьому світі спонтанних протестних рухів і, як наслідок, подальшому ослабленню інституційних акторів.

Теоретичним базисом дослідження є теорія комунікативної дії Ю.Габермаса, теоретичні моделі деліберативної демократії Дж.Бессета та агоністичного плюралізму Ш.Муффа, а також теорія мережевого суспільства М.Кастельса.

Ключові мислителі ліберально-демократичної традиції, від Ж.-Ж.Руссо та Е.Берка до А.Токвіля і Дж.С.Мілля, поділяли переконання, що довготривала легітимність та стабільність представницького уряду буде залежати від здатності активних та інформованих громадян підтримувати відкрите, раціональне обговорення найважливіших питань свого часу. Ці очікування були покладені в основу не тільки теоретичного обґрунтування легітимності представницьких органів влади, але й популярних ідеалів демократії.

Згідно із Ю.Габермасом, держава стабілізує реалізацію свого домінування через процес легітимації під час *комунікативної дії*. Така легітимація у значній мірі спирається на згоду, що виявляється в процесі конструювання спільного (такого, що поділяється усіма) смислу. Ю.Габермас пропонує *публічний діалог або дискурс*, а не індивідуальну рефлексію в якості формування раціональної громадської думки. Таким чином, інституційна стабільність базується на здатності чітко артикулювати різні інтереси та цінності в демократичному процесі через комунікаційні мережі⁴.

Ідеї Ю.Габермаса покладені в основу запропонованої Дж.Бессетом⁵ ідеї деліберативної (дорадчої) демократії – моделі, за якої прийняття політичних рішень, формулювання політичного порядку денного та розгляд конфліктних питань формується в межах раціонального та аргументованого публічного дискурсу, спрямованого на досягнення *консенсусу*.

Бельгійський політичний філософ Ш.Муфф у своїй теорії агоністичного плюралізму вважає досягнення консенсусу неможливим і пропонує замість нього необхідність визнати розбіжності та обговорювати їх можливі межі. На противагу антагонізму (коли сторони є один одному ворогами та погляди яких не мають нічого спільного) Ш.Муфф пропонує поняття «агонізму». Це такі стосунки «ми-вони», за яких сторони конфлікту згодні в тому, що оптимального вирішення не існує. В той же

¹ Guterres, A. (2020). Tackling Inequality: A New Social Contract for a New Era. *The United Nations* <<https://www.un.org/en/coronavirus/tackling-inequality-new-social-contract-new-era>> (2021, серпень, 25).

² Edelman.com (2021). *Edelman Trust Barometer* <<https://www.edelman.com/trust/2021-trust-barometer>> (2021, серпень, 25).

³ Freedom House (2021). *Nations in Transit 2021: The Antidemocratic Turn* <<https://freedomhouse.org/ru/node/4290>>

⁴ Habermas, J. (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge: Polity Press.

⁵ Bessette J. (1980). *Deliberative Democracy: The Majority Principle in Republican Government. How Democratic is the Constitution?* Washington: AEI Press.

час кожна зі сторін визнає легітимність опонента. Згідно концепції Ш.Муффа, задача демократії полягає в тому, щоб трансформувати антагонізм в агонізм¹.

Автор теорії мережевого суспільства М.Кастельс вважає, що аналіз функціонування інститутів вимагає розуміння специфічності форм та процесів комунікації, яка у мережевому суспільстві означає як мультимодальні мас-медіа, так і інтерактивні, горизонтальні мережі комунікації, що виникають навколо інтернету («масова самокомунікація»). На його думку такі соціальні мережі значно збільшують автономію суб'єктів комунікації по відношенню до медіа-корпорацій, оскільки саме користувачі стають як відправниками, так і отримувачами повідомлень. Чим більше автономії буде надано користувачам завдяки технологіям комунікації, тим більше шансів на виникнення нових цінностей та нових інтересів².

Із розвитком цифрових медіа та соціальних мереж саме у їх простір було перенесене обговорення широкого кола соціальних і політичних конфліктів. Для того, щоб визначити потенціал для пошуку консенсусу і, відповідно, легітимації політичних інститутів, необхідно розглянути трансформацію форм та характер комунікаційних процесів в сучасних умовах.

Штучний інтелект та обмеження свободи комунікації

Згідно щорічного звіту Global Digital 2021³, за останнє десятиріччя кількість користувачів соціальних медіа зросла втричі, а за 2020 р. – рік пандемії – на 13%. Разом з тим, попри зростання аудиторії соціальних мереж зменшується свобода комунікації або «автономія» користувача, про яку писав М.Кастельс. Одним з чинників обмеження такої свободи є використання штучного інтелекту та алгоритмізація соціальних мереж. Розглянемо більш детально умови, що призвели до таких обмежень.

Якщо президентська кампанія Б.Обами в 2008 р. у США стала поворотним пунктом в історії політичних технологій та дала старт свободі використання інтернету в політичних кампаніях в усьому світі, то президентська кампанія Д.Трампа у 2016 р. призвела до значного звуження такої свободи. Не останню роль в цьому відіграв скандал навколо британської компанії Cambridge Analytics (CA). Як з'ясувалося вже після виборів, CA займалася збором даних про користувачів соціальних мереж, складала їх психологічні портрети та розробляла таргетовану політичну рекламу, персоналізовану під окремих користувачів. Спеціалісти CA таким чином працювали на виборах 2016 р. у США та ще у більше 200 виборчих кампаніях у цій та інших країнах, в т.ч. під час голосування стосовно Brexit у Великобританії⁴.

І хоча представник CA пізніше заявив, що отримані компанією у 2015 р. дані не аналізуватися для виборчої кампанії Д.Трампа, цей та низка інших скандалів призвели до зміни політики ключових соціальних мереж щодо політичної реклами та значно обмежили її можливості. Починаючи з 2016 р. адміністрація Facebook (найбільша у світі соціальна мережа, 2.7 млрд. користувачів на 2020 р.⁵) неодноразово змінювала свої алгоритми, наголошуючи на тому, що хоче звільнити мережу від маніпуляцій. У 2018 р. засновник Facebook М.Цукерберг заявив, що «команда соцмережі буде концентруватися не на допомозі конкретним користувачам у знаходженні важливого контенту, а на сприянні підтримці важливих соціальних контактів»⁶.

Як результат, алгоритм стрічки у Facebook наче створює навколо користувача «інформаційну капсулу»: ми бачимо тільки ту інформацію та ті акаунти, з якими найбільше взаємодіємо та яким демонструємо своє уподобання. Штучний інтелект для аналізу інтересів користувачів через практики їх взаємодії з контентом та відображення персоналізованої стрічки також використовують інші соціальні мережі, як от Youtube, Tik Tok, пошукова система Google.

У багатьох азіатських країнах низка мобільних додатків, заснованих на штучному інтелекті також відіграють важливу роль у споживанні новин. Вони діють за принципом алгоритмічного підбору новин для користувача за визначеним ним самим інтересами.

¹ Mouffe, Ch. (2006). *On the Political*. London-New York: Routledge, 8-21, 29-34.

² Кастельс, М. (2020). *Власть коммуникации*. М.: ИД Высшей школы экономики, 20-21.

³ Wearesocial.com (2021). *Digital 2021: The latest insights into the 'state of digital'*

<<https://wearesocial.com/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital>> (2021, серпень, 25).

⁴ The Insider (2016). *Расследование Das Magazin: как Big Data и пара ученых обеспечили победу Трампу и Brexit* <<https://theins.ru/politika/38490>> (2021, серпень, 25).

⁵ Wearesocial.com (2021). *Digital 2021: The latest insights into the 'state of digital'*

<<https://wearesocial.com/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital>> (2021, серпень, 25).

⁶ Facebook.com (2018) *Mark Zuckerberg's post* <<https://www.facebook.com/zuck/posts/10104413015393571>> (2021, серпень, 25).

Представник ОБСЄ з питань свободи ЗМІ у спеціальній доповіді (липень 2020 р.)¹ констатує, що технології машинного навчання, такі як штучний інтелект, стають основними інструментами для формування і оцінки інформації в інтернеті. Модерація контенту часто є автоматизованою процедурою, в якій алгоритми вирішують, який контент видалити або кому його поширити. В ОБСЄ застерігають: використання штучного інтелекту, рухоме комерційними, політичними або державними інтересами, може поставити під серйозну загрозу права людини, зокрема свободу вираження поглядів та плюралізм медіа.

Виключення користувачів з мереж комунікації та маніпуляція через «ботоферми»

Окрім штучного інтелекту, Facebook та інші глобальні технологічні гіганти (Youtube, Twitter) фактично взяли на себе роль «світового жандарма» у комунікаційній сфері, виключаючи з мережі як окремих користувачів, так і цілі країни. Наприклад, у лютому 2021 р. Facebook заблокував на декілька днів весь національний та міжнародний новинний контент для користувачів в Австралії², а у січні 2021 р. слідом за Twitter видалив акаунт діючого на той момент президента США Д.Трампа. Після цього його прихильники перейшли у лояльну до себе соціальну мережу Parler. На короткий час вона стала лідером за кількістю завантажень на мобільні пристрої у США. Однак вже буквально за кілька місяців технологічний гігант Amazon припинив надавати Parler послуги хостингу, а Google та Apple вилучили його зі своїх магазинів додатків.

Окрім цифрових технологічних гігантів, впливати на громадську думку у соціальних мережах прагнуть і окремі актори, в тому числі політичні. Розповсюдженням явищем стало створення так званих «ботоферм» – компаній, що масово створюють штучних користувачів соцмереж та за їх допомогою намагаються впровадити свої меседжі у дискусії та обговорення. Наприклад, у липні 2020 р. модератори Facebook заблокували велику українську мережу акаунтів, якою керувало рекламне агентство Postmen, задіяне у виборчій кампанії президента П.Порошенка (у 2014-2019 рр). «Ботоферма» збрала в Facebook та Instagram аудиторію з 766 000 акаунтів та витратила на рекламу \$1,93 млн³. Періодично адміністрація мережі звітує щодо видалення аналогічних бот-акаунтів, що використовуються політиками та групами інтересів в усьому світі.

Таким чином, користувачі горизонтальних мереж самокомунікації не мають безумовної свободи вибору щодо того, яку інформацію вони споживають. Їх інформаційне поле та світоглядні позиції формуються під впливом штучного інтелекту, цензури з боку цифрових технологічних компаній та маніпуляцій з боку окремих акторів.

Перехід до комунікації у закритих каналах та зниження потенціалу до пошуку консенсусу

На тлі цензури з боку цифрових технологічних гігантів та домінування у соціальних мережах «мови ворожнечі»⁴ користувачі шукають нове, більш приватне та гомогенне мережеве середовище для комунікації. У відповідь на цей запит набувають популярності нові технологічні платформи – месенджери. Станом на січень 2021 р. у месенджера Whatsapp налічувалося 2 млрд. користувачів (належить Facebook), у Facebook Messenger – 1,3 млрд., Telegram – 500 млн.

Месенджери надають можливість для спілкування у закритих групах, доступ до яких регулюється адміністратором або добровільною підпискою користувача. У месенджерах виникають свої лідери думок, свої медіа, які за кількістю підписників та рівнем впливу починають випереджати як традиційні медіа, так і лідерів думки у Facebook. Кількість підписників політичних каналів у Telegram зросла на 14% у порівнянні із 2019 роком. Це можна пов'язати з тим, що після зміни алгоритмів Facebook та постійного блокування акаунтів, Telegram стає все більш популярним серед політиків та журналістів.

¹ Organization for Security and Co-operation in Europe (2020). *Strategy Paper to Put a Spotlight on Artificial Intelligence and Freedom of Expression* <<https://www.osce.org/representative-on-freedom-of-media/456319>> (2021, серпень, 25).

² Думанська, М. (2021). Facebook заблокував сторінки новинних видань в Австралії. *DW.com* <<https://www.dw.com/uk/facebook-zablokuвав-storinky-novynnykh-vydan-v-avstralii/a-56606911>> (2021, серпень, 25).

³ About.facebook.com (2020). *Removing Coordinated Inauthentic Behavior* <<https://about.fb.com/news/2020/07/removing-political-coordinated-inauthentic-behavior/>> (2021, серпень, 25).

⁴ Council of Europe (1997). *Recommendation No. R (97) 20 of the Committee of Ministers to member states on "hate speech"* <https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectID=0900001680505d5b> (2021, серпень, 25).

На відміну від інших платформ, користувачі месенджерів бачать тільки ті джерела інформації, які обирають самі. І, як правило, кількість таких джерел обмежена. Так, згідно із результатами опитування Telegram-користувачів у Росії, Білорусі та Україні у травні 2021 р.¹, третина користувачів месенджеру читає до 5 каналів, ще третина – до 10 (всього у досліджуваних країнах більше 300 тисяч каналів). Таким чином, фокус користувача у цьому сервісі спрямований на інформацію тільки з обраних джерел. Як правило, це ті спільноти, автори чи медіа, які співпадають за інтересами та світоглядом із користувачем. Дослідники-психологи довели, що людина воліє сприймати інформацію саме з тих джерел, які підтверджують вже сформовані уявлення².

Учасники комунікації опиняються ніби у «цифровій ціннісно-смысловій капсулі» – це така інформаційна структура, в закритому просторі якої ідеї, символи, переконання не змінюються, не підлягають критичному осмисленню, а, навпаки, закріплюються і навіть посилюються за рахунок багаторазового повторення, обговорення, схвалення з боку однодумців³. За таких умов потенціал до «агонізму» за Ш.Муфф або консенсусу (за Ю.Габермасом) значно знижується.

Аналогічна «інформаційна капсула» створюється і для політичних інститутів, які мають агрегувати суспільні запити та перетворювати їх на прийняті політичні рішення. Як результат, до політичної системи може потрапляти дуже вузький сегмент суспільного інтересу від окремих груп, а інші залишаються проігнорованими.

Цифрова аномія та інтенсифікація протестних рухів

У ситуації виключення низки соціальних груп з комунікаційних процесів, переходу за комунікації у закритих групах та слабкості перспектив суспільного консенсусу можуть виникати процеси «цифрової аномії». Відповідно до концепції соціальної аномії Е.Дюркгейма⁴, яку він визначив як атрибут перехідного стану від індустріального до постіндустріального суспільства, це явище виникає, коли були зруйновані традиційні ієрархічні цінності і людина втратила «своє місце» в ієрархії соціальних позицій та цінностей. За Е.Дюркгеймом, необхідна умова виникнення аномії в суспільстві – розбіжність між потребами та інтересами частини його членів з одного боку і можливостями їх задоволення з боку існуючих інститутів з іншого.

Процеси цифрової аномії призводять до інтенсифікації протестного руху. Протягом 2020-2021 рр. безліч різноспрямованих протестних рухів охопили не тільки в Європу, а й увесь світ: від акцій проти расизму до антикарантинних протестів.

Як підкреслює М.Кастельс⁵, зазвичай такі протестні рухи зароджуються у цифрових мережах, але починають розрізнятися як рухи тільки тоді, коли виходять на вулиці своїх міст. Ці рухи у більшій мірі виникають спонтанно, хоча й мають соціальні та політичні передумови. Тригером для виходу такого протесту з онлайн-середовища на вулиці стає раптово виникаюче обурення (в т.ч. і маніпулятивно сконструйоване). Заклик до дії лунає з простору цифрових комунікацій з метою миттєво створити спільноту людей для виразу протесту у фізичному просторі.

Щоб стати тригером протесту, такий заклик має бути емоційним. І в цьому велику роль відіграють відеообрази, що передаються через Youtube, а згодом – Tik Tok. Як підкреслює М.Кастельс, сцени силового придушення учасників таких акцій мають особливо потужний вплив на посилення протестних настроїв. Так, тригером активізації протестів в Україні в 2013 р. став силовий розгін та побиття «студентів», який транслювався на нелояльних тодішній владі телеканалах та через інтернет.

Емоційним тригером для протестів, відомих під назвою Black Lives Matter у США у травні 2020 р. стали відеокадри жорстокого поводження білого поліцейського із затриманим афроамериканцем Джорджем Флойдом, який згодом помер. І хоча це й рух проти расизму існував ще з 2013 р., саме після вірального розповсюдження через соціальні мережі цього відео, США та західні країни охопили масові протести проти расизму, в яких, за різними оцінками, прийняли

¹ TGStat (2021). *Исследование аудитории Telegram 2021* <<https://tgstat.ru/research-2021>> (2021, серпень, 25).

² Fazio, L. K., Brashier, N. M., Payne, B. K., Marsh, E. J. (2015). Knowledge Does Not Protect Against Illusory Truth. *Journal of Experimental Psychology: General*, 144, 5, 993-1002.

³ Воловоденков, С. В. (2019). Влияние технологий интернет-коммуникаций на современные общественно-политические процессы: сценарии, вызовы и акторы. *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*, 5, 341-365.

⁴ Дюркгейм, Э. (1990). *О разделении общественного труда. Метод социологии*. Москва: Наука, 575.

⁵ Кастельс, М. (2020). *Власть коммуникации*. Москва: ИД Высшей школы экономики, 27.

участь від 15 до 26 млн. чоловік. Імовірно, такий тригер призвів до протестів саме тому що «дозрів» контекст: передвиборча кампанія у США, соціальні наслідки пандемії тощо.

Якщо протестні рухи 2010-2013 рр. координувалися через Facebook (наприклад, «арабська весна» на Близькому Сході чи «євромайдан» в Україні), то основними комунікаційними майданчиками для протестів 2020-2021 рр. стали Tik Tok та месенджери. Наприклад, месенджер Telegram використовувався для координації протестів у Гонконгу проти прийняття закону про екстрадицію в 2019-2020 рр., прихильників Д.Трампа та правих груп у США у 2020 р., протестів О.Навального у Росії у 2019-2020 рр. Справжнім феноменом став Telegram-канал НЕХТА («ніхто») у протестах 2020 р. у Білорусі. Він за місяць отримав більше 2 млн. підписників і став найкрупнішим каналом російськомовного сегменту. І хоча за каналом стояли конкретні персоналії, сама назва каналу – «ніхто» – вказує на безособистісність та анонімність такої комунікації, що «підігриває» протестний рух.

Як правило, драйвером протестних рухів стають ті цифрові платформи, що не контролюються владою або на яких її присутність мінімальна. На середину 2021 р. це соціальна мережа вертикальних відео Tik Tok, що вийшла на міжнародний ринок тільки у 2018 році і отримала вже більше 1 млрд. користувачів. Наприклад, через цю мережу координувалися протести на підтримку опозиціонера О.Навального у Росії в січні 2021 р.. Тільки три найбільш популярні хештеги, пов'язані з акціями протесту, отримали більше 200 млн. переглядів. Журналісти та політичні оглядачі назвали цей кейс «бунтом Tik Tok»¹. Ця мережа також стала драйвером протестів у Південно-Східній Азії, включаючи Індонезію, Таїланд та М'янму. В Перу антикорупційні протести були сконцентровані в Tik Tok та Instagram навколо хештега #semetieronconlageneracionequivocada («вони зіпсували не те покоління»). Як відзначають експерти Reuters Institute, в усіх цих випадках влада, здається, була приголомшена платформою, яку вона не розуміє – з її специфічним почуттям гумору, мовою музичних мемів, смайликів та хештегів².

Чому такі протестні рухи стали настільки популярними за останнє десятиріччя? М.Кастельс апелює до «*ефекту наслідування*»: перегляд в онлайн інформації щодо протестів в інших країнах та іншими соціальними групами, навіть в найвіддаленіших регіонах та в інших культурах, надихає на мобілізацію, оскільки породжує надію на можливість змін³.

Як впливають такі протестні рухи на політичні інститути? Як правило, учасники таких протестів рідко мають чітку програму, за виключенням, коли вони фокусуються на зміні влади. Наприклад, як під час протестів у Білорусі в серпні 2020 р. після оголошення результатів президентських виборів. Зазвичай такі протестні рухи висувають відразу багато вимог і, частіше за все, це багатоманітні вимоги громадян, які бажають самостійно визначати умови свого життя. Наприклад, початковим приводом протестного руху «жовтих жилетів» у Франції, який переріс у вуличні акції наприкінці 2018 р., став намір уряду підвищити податок на вуглецеве паливо. Згодом вимоги учасників протестів до широкого спектру соціальних та економічних вимог.

Саме тому що вимог так багато, а мотивів та тригерів до протесту багато, і вони носять переважно емоційний, аніж раціональний характер, ці рухи, як правило, не інституціоналізуються та не призводять до соціальних змін. В цьому їх сила (привабливість для широкого кола учасників) та їх слабкість – як можна чогось досягти, якщо цілі не визначені? Для того, щоб кинути виклик існуючим владним відносинам, необхідно створити *альтернативні дискурси*, що мають потенціал подолати дисциплінарну дискурсивну здатність держави.

Варто зазначити, що протестні рухи в соцмережах не завжди переходять до вуличних акцій. Наприклад, 73% голосів, які отримав В.Зеленський на виборах 2019 р. в Україні, можна інтерпретувати не тільки як його особисту підтримку, а і як протест певної частини громадян проти політики діючого на той момент президента П.Порошенка. І цей протест також народився в соціальних мережах (переважно, в Youtube).

¹ Meduza.io (2021). *Теперь никто не боится. «Медуза» рассказывает, как Алексей Навальный и митинги обрушились на российский тикток – и планируют ли сами тиктокеры выйти на улицы* <<https://meduza.io/feature/2021/01/21/teper-nikto-ne-boitsya>> (2021, серпень, 25).

² Reuters Institute. University of Oxford (2021). *Digital News Report* <<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021/dnr-executive-summary>> (2021, серпень, 25).

³ Кастельс, М. (2020). *Власть коммуникации*. Москва: ИД Высшей школы экономики, 32.

Національні уряди прагнуть до більшого контролю за цифровою комунікацією

Активізація протестних рухів та поступова втрата інституційної легітимності змушують владну еліту, що контролює національні уряди, приймати міри для контролю за цифровим середовищем шляхом заборон чи державного регулювання. Проте, жодні заборони у цифровому просторі не можуть бути абсолютними. Так, після заборони в Україні у 2017 р. російських соціальних мереж «Вконтакте» та «Одноклассники» через 3 роки ними все одно продовжували користуватися 10% українських інтернет-користувачів¹. А після заборони у 2018 р. у Росії месенджера Telegram, за 2 роки кількість його російських користувачів подвоїлася².

Єдина можливість повністю контролювати цифрову мережеву комунікацію для уряду – це вимкнення інтернету. Як це, наприклад, було зроблено під час протестів у Білорусі в 2020 році. В числі менш радикальних дій, до яких вдавалися національні уряди за останні роки, можна перелічити позасудове блокування інтернет-ресурсів, законодавство щодо наклепу, іноземних агентів та ін. Такі заходи детально описані організацією Freedom House та отримали назву «цифровий авторитаризм»³.

Іншим рівнем «битви за домінування в інтернеті» є боротьба за контроль між національними урядами та глобальними цифровими технологічними гігантами. Останні також мають свій політичний інтерес, що було дуже яскраво продемонстровано на останніх виборах у США, коли Facebook та Twitter надавали підтримку кандидату від демократів Дж.Байденоу.

У цій статті ми не зупинятимемося детально на цих кейсах, обмежившись лише ремаркою, що на поточний момент переможця, навіть потенційного, у такій боротьбі визначити важко. Найяскравішим прикладом є ситуація в Нігерії у червні 2021 р., коли Twitter видалив пост президента цієї країни М.Бухарі, де він погрожував покарати винних у нападах на виборчі дільниці та поліцію. У відповідь президент Бухарі заблокував у країні із населенням 200 млн. чоловік саму мережу Twitter.

Таким чином, свобода вибору інформації громадянами обмежується штучним інтелектом, політикою цифрових технологічних компаній та маніпуляціями з боку політиків та інших акторів. Як результат, громадяни переносять свою комунікацію до більш приватного та гомогенного середовища у месенджерах, що не сприяє пошуку консенсусу чи точок дотику у вирішенні наявних соціальних та політичних конфліктів. В «інформаційній капсулі» опиняються й політичні інститути, які мають агрегувати суспільні запити та перетворювати їх на прийняті політичні рішення. Як результат до політичної системи може потрапляти вузький сегмент суспільного інтересу від окремих груп, а інші залишаються проігнорованими.

Виникає «цифрова аномія», що призводить до інтенсифікації протестних рухів, що виходять із цифрового простору у вуличні акції, розтікаючись від країни до країни за «принципом наслідування». У більшості випадків така протестна активність не інституціоналізується та не призводить (або у виключних випадках) до соціальних змін, що, в свою чергу, лише поглиблює розчарування громадян, посилює розрив між діяльністю інститутів та суспільним інтересом.

Окремі актори прагнуть до утримання контролю над тим комунікаційним простором, що є національним (для держави), корпоративним (для юридичних осіб), власним (для пересічного громадянина). Однак описані вище тренди призводять до того, що такий контроль для жодного з суб'єктів не може бути повним, що, у свою чергу, ставить під питання їх суб'єктність у політиці.

Політичні інститути мають віднайти нові механізми легітимації, з урахуванням викладених вище трендів трансформації комунікаційного поля. Дослідження таких механізмів та напрацювання рекомендацій для національних урядів з відновлення довіри громадян із використанням можливостей та викликів цифрової мережевої комунікації є предметом подальших наукових досліджень автора.

¹ Кошельник, Д. (2019). За 3 года «ВКонтакте» стали пользоваться на 40% меньше украинцев. С Facebook и Instagram все наоборот. *Vector* <<https://vctr.media/kak-dela-y-soc-setey-31663/>> (2021, серпень, 25).

² Минак, К. (2020). «Запрет не сработал»: Дуров подвел итоги блокировки Telegram в России. *Forbes.ru* <<https://www.forbes.ru/newsroom/milliardery/403413-zapret-ne-srabotal-durov-podvel-itogi-blokirovki-telegram-v-rossii>> (2021, серпень, 25).

³ Shahbaz, A. (2018). Freedom on the Net 2018. The Rise of Digital Authoritarianism. *Freedom House* <<https://freedomhouse.org/report/freedom-net/2018/rise-digital-authoritarianism>> (2021, серпень, 25).

References:

1. About.facebook.com (2020). *Removing Coordinated Inauthentic Behavior* <<https://about.fb.com/news/2020/07/removing-political-coordinated-inauthentic-behavior/>> (2021, August, 25). [in English].
2. Bessette J. (1980). *Deliberative Democracy: The Majority Principle in Republican Government. How Democratic is the Constitution?* Washington: AEI Press. [in English].
3. Council of Europe (1997). *Recommendation No. R (97) 20 of the Committee of Ministers to member states on "hate speech"* <https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectID=0900001680505d5b> (2021, August, 25). [in English].
4. Edelman.com (2021). *Edelman Trust Barometer* <<https://www.edelman.com/trust/2021-trust-barometer>> (2021, August, 25). [in English].
5. Facebook.com (2018) *Mark Zuckerberg's post* <<https://www.facebook.com/zuck/posts/10104413015393571>> (2021, August, 25). [in English].
6. Fazio, L. K., Brashier, N. M., Payne, B. K., Marsh, E. J. (2015). Knowledge Does Not Protect Against Illusory Truth. *Journal of Experimental Psychology: General*, 144, 5, 993-1002. [in English].
7. Freedom House (2021). *Nations in Transit 2021: The Antidemocratic Turn* <<https://freedomhouse.org/ru/node/4290>> (2021, August, 25). [in English].
8. Guterres, A. (2020). Tackling Inequality: A New Social Contract for a New Era. *The United Nations* <<https://www.un.org/en/coronavirus/tackling-inequality-new-social-contract-new-era>> (2021, August, 25). [in English].
9. Habermas, J. (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge: Polity Press. [in English].
10. Meduza.io (2021). *Teper nikto ne boitsya. «Meduza» rasskazyvayet, kak Aleksey Navalnyy i mitingi obrushilis na rossiyskiy tiktok – i planiruyut li sami tiktokeri vyyti na ulitsy* [Now no one is afraid. Meduza tells how Alexei Navalny and the rallies attacked the Russian tiktok – and whether the tiktokers themselves are planning to take to the streets] <<https://meduza.io/feature/2021/01/21/teper-nikto-ne-boitsya>> (2021, August, 25). [in Russian].
11. Mouffe, Ch. (2006). *On the Political*. London-New York: Routledge. [in English].
12. Organization for Security and Co-operation in Europe (2020). *Strategy Paper to Put a Spotlight on Artificial Intelligence and Freedom of Expression* <<https://www.osce.org/representative-on-freedom-of-media/456319>> (2021, August, 25). [in English].
13. Reuters Institute. University of Oxford (2021). *Digital News Report* <<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021/dnr-executive-summary>> (2021, August, 25). [in English].
14. Shahbaz, A. (2018). Freedom on the Net 2018. The Rise of Digital Authoritarianism. *Freedom House* <<https://freedomhouse.org/report/freedom-net/2018/rise-digital-authoritarianism>> (2021, August, 25). [in English].
15. TGStat (2021). *Issledovaniye auditorii Telegram 2021* [Telegram audience research 2021] <<https://tgstat.ru/research-2021>> (2021, August, 25). [in Russian].
16. The Insider (2016). *Rassledovaniye Das Magazin: kak Big Data i para uchenykh obespechili pobedu Trampu i Brexit* [Das Magazin investigation: how Big Data and a couple of scientists ensured Trump and Brexit victory] <<https://theins.ru/politika/38490>> (2021, August, 25). [in Russian].
17. Wearesocial.com (2021). *Digital 2021: The latest insights into the 'state of digital'* <<https://wearesocial.com/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital>> (2021, August, 25). [in English].
18. Volovodnikov, S. V. (2019). Vliyaniye tekhnologiy internet-kommunikatsiy na sovremennyye obshchestvenno-politicheskiye protsessy: stsennarii, vyzovy i aktory [Influence of Internet communication technologies on modern socio-political processes: scenarios, challenges and actors]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskkiye i sotsialnyye peremeny* [Public Opinion Monitoring: Economic and Social Change], 5, 341-365. [in Russian].
19. Dumanska, M. (2021). Facebook zablokuvav storinky novynykh vydan v Avstraliyi [Facebook has blocked the pages of news publications in Australia]. *DW.com* <<https://www.dw.com/uk/facebook-zablokuvav-storinky-novynykh-vydan-v-avstralii/a-56606911>> (2021, August, 25). [in Ukrainian].
20. Durkheim, E. (1990). *O razdelenii obshchestvennogo truda. Metod sotsiologii* [On the division of social labor. Sociology method]. Moscow: Science. [in Russian].
21. Castells, M. (2020). *Vlast kommunikatsii* [The power of communication]. Moscow: Publishing House of the Higher School of Economics. [in Russian].
22. Koshelnik, D. (2019). Za 3 goda «VKontakte» stali polzovatsya na 40% menshe ukrainsev. S Facebook i Instagram vse naoborot [For 3 years, Ukrainians began to use VKontakte by 40% less. It's the other way around with Facebook and Instagram]. *Vector* <<https://vctr.media/kak-dela-y-soc-setey-31663/>> (2021, August, 25). [in Russian].
23. Minak, K. (2020). «Zapret ne srobotal»: Durov podvel itogi blokirovki Telegram v Rossii [“The ban did not work”: Durov summed up the blocking of Telegram in Russia]. *Forbes.ru* <<https://www.forbes.ru/newsroom/milliardery/403413-zapret-ne-srobotal-durov-podvel-itogi-blokirovki-telegram-v-rossii>> (2021, August, 25). [in Russian].