

Влиянието на интернет върху степента на политическото участие

д-р Ирена Тодорова

Национална конференция

МЛАДИТЕ ХОРА И ВЛИЯНИЕТО НА ОБЩЕСТВЕНАТА СРЕДА ЗА ФОРМИРАНЕ НА ПОЛИТИКИ НА ГРАЖДАНСТВЕНОСТ

Този текст е посветен на ролята и функцията на новите информационни технологии и тяхното влияние върху политиката и политическото участие на хората в България. Анализът е вдъхновен от зараждащата се в последните няколко години култура на протеста и най-вече на онлайн пробуждането на новите поколения.

Форми на политически мобилизации

Ще започна с няколко общи дефиниции за политическите мобилизации, като необходимо въведение за последващия анализ.

Важно е да знаем, че освен формалното членство в политическа партия съществува и друг тип участие в политически организирания живот или членството в политическо движение, което според политолога Антоний Тодоров е по-нетрайно, но може, от своя страна, да изисква много по-голяма ангажираност. Това поведение се обуславя най-често от предишния политически опит на индивидите и социалните групи, имащи последващ ефект върху политическото ангажиране. В случая опитът се разбира като част от индивидуалната и груповата политическа култура и се смята, че може при определени обстоятелства да бъде използван. Но има и друго мнение, което е господстващо напоследък, че мобилизацията в различни движения е някак си сама по себе си, а не резултат от предишни мобилизации, споменът от които се е запазил и може да бъде отново използван (Тодоров 2010, с.291).

Ангажирането в различни политически движения не би могло да се разглежда по-същия начин, по който се обяснява членството в политическа партия. Особено в ситуации, в които обществото е в криза, то би могло да възникне спонтанно без предварителна обосновка. В книгата си „Частно щастие, публична дейност” Албер Иршман (Hirschman 1998) разглежда ангажирането и дезангажирането като поредица от дълги цикли на участие и оттегляне в частния живот. Хиршман отбелязва и икономическия аспект на тези процеси или преценката на ползите от ангажирането, която е винаги субективна (Тодоров 2010, с.291).

Антоний Тодоров разграничава два типа партийно ангажиране (милитантизъм): стар (като например на комунистическите партии) и нов (или „дистанциран

милитантизъм”). Според него милитантизмът се характеризира със силна самоидентификация с партията и отдаването на огромно значение на членството за личността. Вторият тип - дистанцираният милитантизъм - запазва в по-голяма степен индивидуалната автономия и е основен подход при анализа на „новите социални движения” или както впоследствие ще ги наричам нови мобилизации. При тези движения членството не се формализира, но това не пречи личната ангажираност да е висока и индивидите да отдават изключително голямо значение на участието си (Тодоров 2010, с. 294).

Ружа Смилова обяснява появата на нови мобилизации особено сред младите с драстичния спад на партийно канализираната ангажираност и преориентиране от всеобхватна идеологически мотивирана политическа ангажираност към политическа активност по конкретни въпроси, които не са идеологически мотивирани. Подобно преориентиране на политическата дейност към директно постигане на целите без участието на партиите разкрива и очевидната загуба на легитимност на самите партиите (Смилова 2008).

Такова поведение се наблюдава все по-често: Окупирай Уолстрийт в САЩ, Възмутете се в Испания или Анонимните – *“ние сме легитимни, защото сме анонимни”*. В България все още няма интернет мобилизации, прерастнали в движения, появява се обаче нов тип протестна култура, която излиза от традиционното схващане за политическо участие – „активизъм пред монитора”.

Едни от най-честите въпроси, когато възникват около подобни форми на политическо участие, са фокусирани върху тяхната кохерентност. Разпространено е мнението, че новите мобилизации (социални движения), които възникват в Интернет по ясни, пряко засягащи индивида проблеми, не са последователни в посланията, които отправят и респективно размиват представата за конкретни резултати. Обикновено подобни социални движения изработват исканията си, докато протичат. Едни хора искат едно, други – друго, в един момент се събират и заедно достигат до онова, което всички си представят като общо искане (Тодоров 2012). Разбира се, съществува и друга хипотеза, която отрича възможността за гражданска самоорганизация, възниканала отдолу, и разглежда тяхната поява като предварително подготвен сценарий от заинтересовани от подобни прояви групи или политически партии.

Важно е да се отбележи, че повечето процедурни решения в тези колективи или нови мобилизации се вземат с консенсус, но този консенсус по нищо не прилича на комунитарния идеал – единодушие. В интернет не се гласува, но пък мрежата на мнението би оживила една в по-голяма степен последователна и близка до гражданите демокрация (Кардон 2012, с. 100).

Поколения и извънпартийни е-мобилизации

Разпространено е мнението, че Интернет е среда предимно на по-младите поколения, които имат непрестанен достъп до виртуалния свят чрез компютри и смартфони. Множество експерти смятат, че интернет дава възможност за справяне с

политическата апатия и връщане на политиката отново сред хората – по-прозрачна и по-близка до обикновения човек. Някои изследвания на политическите ценности в България показват, че хората над 35-годишна възраст не вярват на политическите партии, на институциите, на държавата като цяло и нежелаят да участват в политиката – дистанцират се. По-младите обаче смятат политиката за „мръсна работа”, не я разбират и не се вълнуват от нея. В този смисъл кибероптимистите биха казали: интернет дава възможност на партиите да станат близки и разпознаваеми за различен от твърдия електорат таргет, най-вече за младите хора. Киберпесимистите биха отговорили: интернет е средство, инструмент на политическата комуникация, но остава лично целенасочено действие – ако потребителят не желае да се занимава с политика оф-лайн, не би го направил и он-лайн.

Наблюдавайки политическите процеси в България, откривам остра криза не само на политическите партии и неспособността им да дефинират ясно гражданските искания, но се сблъсквам и с появата на все по-задълбочаващ се дефицит на лидерството. Големите протести в България, тръгнали от високите цени на тока и достигнали до оставката на премиера Бойко Борисов през февруари 2013 показват, че интернет е възможна платформа за създаване на лидери от нов тип. Несериозно би било да ги наричам е-лидери, тъй като независимо от използваната виртуална трибуна за артикулиране на граждански искания и послания, тези лидери или ‘авторитети на мнение’ са близки до хората и в реална среда. За пример бих могла да дам Ангел Славчев - един от обявилите се за лидер на протестите, който използва във всеки удобен момент своя фейсбук профил, за да изпрати съобщение до всички, които искат да го чуят.

Възможна хипотеза би била, че он-лайн пространството запълва до известна степен дефицита на лидерството, като дава възможност за обединяване около каузи и интереси на случаен признак. Виртуалното включване обаче мобилизира граждански енергии, които често остават без център, без говорители и без ‘манифест’. Настоящите протести доказват в известна степен това твърдение. ‘Мърморенето’ в социалните мрежи на хиляди потребители срещу властта, слабостта на управлението, монополите, лошите условия на живот и т.н. не водят до единен граждански проект, който да излъчи своите лидери/говорители и участници в управлението на държавата. За по-малко от месец се формират над пет граждански движения като „Българска пролет”, „Освобождение”, „Движение за граждански контрол”, „Орлов мост” и по-малки формации като „Национално движение 20 април” и форум „Обединение”. Повечето от тези сдружения ще участват в изборите с регистрации на вече съществуващи партии като „Българска социалдемокрация” („Българска пролет”), „Другата България” („Освобождение”) и „Демократична гражданска инициатива” („Движение за граждански контрол”), но тяхното роене отслабва възможността за влизане в парламента. Интернет дава възможност на подобни организации да бъдат чути, да попаднат в медиите, но не и да печелят избори. Интернет пространството е утопия, както би казал някой киберпесимист, където се появяват множество организации с политически претенции, но единственото, което правят, е да разбиват традиционните мнозинства.

Новосформираните движения гравитират около основните идеи, които се издигат като лозунги на протестите: нови лица в политиката, борба с монополите, увеличаване на доходите. Все още не са облечени в конкретни платформи и по-скоро бягат от етикети като ляво и дясно.

Политическият антрополог Васил Гарнизов посочва, че нерешеният лидерски проблем и липсата на доверие между протестиращите действа като много тежко възпаление, което няма да им позволи стройна организация и взимане на решения и непрекъснато ще ги саботира вътрешно в хода на кампанията. Според него, за да успее уличният протест да получи значителна политическа подкрепа, той трябва да застане зад един лидер, а на този етап това не е видно (Гарнизов 2013) Илюзията, в която ни потапя виртуалното пространство, често ни кара да забравяме, че в интернет не са само добрите и лоялните, а навън лошите – тези от политическите партии.

Често се чуват лозунги, идващи от протестиращите: „България се събуди”, „Много сме, силни сме”, „Българи юнаци” и други, които намират място освен на улицата и в социалните мрежи, които бих могла да кажа, че служат като средство за „надъхване”, но не и като основен катализатор на протеста. Протестите щяха да се случат и без интернет мобилизирането, но по-бавно, не така стихийно и може би с ясни говорители.

Гражданствеността: „он” и „оф”

Размишлявайки върху текущите събития в страната, стигам и до един основен, често дискутиран въпрос: възможно ли е да говорим за участие онлайн, когато то не съществува офлайн? Обръщам внимание, че обект на разглеждане е предимно младежката аудитория като преобладаваща във виртуалното пространство.

Резултатите от прочуването на „Медиана” „Медийно поведение на младежката аудитория в онлайн среда” направено през март 2012г. сред 15-29 годишни показва, че младите хора в България са „интернет зависими”. Близко една четвърт са посочили, че се изнервят, не знаят какво да правят, чувстват се изключително дискомфортно, когато нямат интернет. Тези, които използват мрежата, са 85% от 15-29 годишните, а сред най-младите (15-17 г.) 91%. 42% от младежи са посочили, че ползват Интернет всеки ден, а 25% са отговорили „почти непрекъснато съм свързан”. За една четвърт от младежите интернет вече е станал основно средство за информация, а 40% търсят информация за събития първо там. (Медиана 2012)

Имайки предвид тези данни можем спокойно да смятаме, че Интернет се превръща в предпочитана социална среда, където младите формират познания, мнения, нови контакти и изменят физическата си реалност. Можем да мислим дори, че социалните и културните неравенства вече се определят вътре в зависимост от използваните он-лайн практики. От друга страна, бързината на разпространение на информацията премахва желанието за следене на радио или телевизионни емисии или пък закупуването на вестник. Интернет допринася за разпространението на цял куп съдържания, които досега са били съдържани. Това отпускане разклаща традиционните граници, в които е било

организирано знанието и разширява пространството на критиката, предлагайки нови източници на гражданско удостоверяване (Кардон 2012, с.74).

Младежкият интернет активизъм е възможен и обясним и по друга причина – достъп по всяко време чрез мобилни и други дигитални устройства, даващи възможност за он-лайн връзка почти навсякъде.

Разпространено е мнението, че младите хора са най-активни в социалните мрежи особено във Фейсбук. Според проучване на българо–датска компания „Комфо”, през 2011 г. броят на потребителите на социалната мрежа в България е близо 2 183 220 активни потребители, като следва да се има предвид, че броят им непрестанно нараства.¹ Най-често във Фейсбук са младежите на възраст между 25 и 34 години или около 27%. Относително слабо е присъствието на по-възрастното поколение. (www.media-journal.info 2011)

Друго проучване на демографията и потребителските навици във Фейсбук показва, че ползващите социалната мрежа са по-млади от среднестатистическия интернет потребител. Интересен факт е, че степента на образование на потребителите е сравнително висока. Най-висок е процентът на тези със средно образование - 60, 1%, след тях са потребителите с висше образование - 29, 3% бакалаври и 24, 0% магистри, а 14, 2% в момента са студенти. Със 100 - 200 приятели във Фейсбук са около 29, 0% от анкетираните, а с над 500 - 11, 82 %. Най-висок дял от младежката група - 36% според същото изследване са посочилите се като квалифицирани служители. (www.media-journal.info 2011)

По-внимателният прочит на данните разкрива, че Фейсбук е среда на млади, с по-малко дипломи, разнообразни по своя социален профил потребители, които посредством функциите на социалната мрежа изразяват своята представа за света и споделят своята гражданска позиция. В този смисъл съвсем обяснимо е трансформирането на реалното политическо участие във виртуално или то е там, където са младите – в Интернет. Мрежата позволява на младите да се групират в ниши по близост, за да разговарят, да се подиграват, да разпространяват информация, като същевременно оценностяват своята идентичност. Чрез подобни микро изяви, много по-близки до размяната на думи, отколкото до публикуването на статия, те си присвояват интернет като социално пространство от особен тип (Кардон 2012, с.58).

Социалните мрежи и Интернет като цяло позволяват на хората да си кажат каквото искат и когато си искат, да провокират дискусии и разговори спонтанно, да се мобилизират и изработват колективи отдолу. Хората се чувстват освободени в словото си, а признаци на влияние като социален статус, религия, пол, възраст, образование, остават второстепенни. С други думи, всеки може да се изрази, без да се позовава, да формира знания на момента да бъде ‘авторитет’. Но тази свобода и равенство често остава само привидна. Интернет формира лидери посредством техническите компетенции и грамотност на потребителите и демонстрираното желание за участие. Натискането на

¹ "Под активен потребител се има предвид човек, който влиза в профила си поне веднъж на месец. Около половината от българските потребители влизат във "Фейсбук" всеки ден или през ден.

бутона „харесвам“ под статия или коментар на приятел не е достатъчна форма на активност, нито пък приетата покана за включване (било то в протест, петиция, дискусия). Развитие на участието „натисни копчето“ е неотделимо от масовизацията на употребите и предизвиква множество дебати. Но обезценяването на тези действия с мотива, че не са на същото изискано ниво като традиционните форми на дебата е само елитарен и консервативен начин да се затвори вратата на новите публики в интернет. Мрежата сама по себе си дисквалифицира мълчаливите и пасивните и възпроизвежда разделения, чийто източник е неравното разпределение на социокултурните капитали. Корективът, предлаган от интернет за тези скрити неравенства, е разширяването на участието към формите на изразяване, които са много по-малко социално-културно възискателни. Интернет реабилитира малки, незначителни и мърморещи форми на участие (Кардон 2012, с.90).

Интернет допринася значително за покачване на степента на включване в гражданските и политическите процеси сред младите хора - активизират се, отправят искания, правят опити да влияят. Влиянието, разбира се, остава незначително, тогава когато се свежда до коментар във Фейсбук на политическите теми от деня, но поне отправя послания към институциите, че нещо не е наред. Паралелно с нека го наречем „коментарното“ участие Интернет мобилизира енергии, които се самообединяват изключително бързо около конкретна тема, а някои от тези мобилизации водят до реални протестни действия.

Бихме могли да разграничим два типа протести, които наблюдаваме още преди ‘антисистемните’ протести от февруари 2013² и намират началото си именно в интернет пространството: протести от гняв, които се отнасят до безработица, бедност, безнаказаност, не носят резултат, но посочват проблемите, както и протести около конкретна кауза, които са обосновани и мотивирани предимно от екологични въпроси или грубо потъпкване на общия интерес.

Например, през февруари 2012г. около 1500 младежи се включват в протест против споразумението АСТА за борба с пиратството в интернет. Това недоволство е обосновано от притесненията за ограничаване на свободата и словото в интернет. Не е изненадващо, че най-активни в този процес са младите хора, тъй като младежкото присъствие във виртуалното пространство е най-голямо. Протестът се организира във Фейсбук: недоволството срещу “АСТА” започва от статия на студент, която критикува същността на документа; заявिलите желание за натиск над управляващите чрез протестни действия са 9000 души – в пъти повече от реално участвалите, но, както споделят организаторите, „подкрепата в Интернет означава и подкрепа за идеята”. Борбата срещу АСТА е борба срещу несправедливостта – социална критика, ръководена от представата за преразпределение на ресурсите, по-евтини познания, дрехи или музика.

Еко каузата например и защитата на природата със сигурност остават онези теми, които обединяват най-много младежи: промените в Закона за горите, шистов газ,

² Тези протести се случват едновременно в десетки населени места в България и водят до оставката на правителството, но на този етап не решават проблемите на хората.

Странджа, Иракли, Витоша, ГМО културите са все примери за протести, организирани от млади хора. Интернет във всички случаи се оказва силно мобилизиращо средство. Мрежата от хора и скоростта, с която се разпространява посланието, позволява навременна обществена реакция, макар и често тя да не намира реално изражение извън виртуалното пространство, поне разкрива отношение.

Общото между гражданските ad hoc мобилизации е, че са провокирани не просто от конкретен проблем, а от вече случили ли се събития. Друга отличителна характеристиката е обединяването през интернет. Ивайло Дичев определя протестите в България като проява на едно и също недоволство, провокирано от различни контексти, където емоцията на възмущението замества разумния политически анализ. Тези протести са симптоматични, защото цялата общественост е белязана. Хем повече равенство, хем пониски данъци. Хем човешки права, хем „циганите на сапун”. Хем сигурност, хем свобода. (Дичев 2012). Според него, се появява ново глобално обществено мнение - без център, без говорители. Гражданите очакват политическа воля за промяна, която да зададе перспективи, усещане за смисъл и солидарност, но разнопосочните искания и граждански послания поставят политиците в ситуация да не правят нищо, което, от друга страна, демотивира гражданите за последващи действия. Само по себе си политическото участие е безсмислено при отсъствието на кауза и идейна идентичност. В този смисъл конкретиката при исканията е от съществено значение за въздействие върху политиката (Дичев 2012).

Протестното поведение на младите е едната страна на политическо участие. Ако вземем тези примери, можем да смятаме, че се заражда някаква форма на граждански действия, които ще имат бъдещи проявления. Независимо че медиите дават публичност на тези прояви (макар и не до там обективно – историите на участниците, разкриват различна страна от тази, която се отразява в новините) и дават основание да смятаме, че това е крачка към справянето с апатията, степента на младежкото и не само политическо участие все още е твърде ограничена.

Протестните форми на поведение и интернет активността по политически теми са онова измерение на гражданско участие, до което най-често се докосват младите хора – новите извънпартийни е-мобилизации. Колективистичните подходи сега не са толкова разпространени и няма как да бъдат при наличието на все по-засилващия се младежки индивидуализъм. Индивидът сам по себе си има своето място в политическата система и е свободен да се обединява само при нужда, само когато го засяга. В днешните реалности организирането се случва бързо през интернет технологиите, но и със същата сила се разпада. Виртуалните дискусии по теми от злободневието се случват, платформите показват съществуването на една критична маса хора, които чакат да бъдат припознати от институциите като коректив, като участник, но множествената идентичност, която се оформя извън реалното пространство, крие проблеми. Интернет идентичността не е документалната идентичност, тя не е свързана с отделно място или родословно дърво и не е законово регламентирана. Поради тази причина трудно би могла да бъде припозната като легитимна.

Активността е продукт и на информираността: колкото повече познание, толкова повече желание за въздействие. С други думи, прозрачността на институциите чрез е-правителство, отворени данни е от съществена важност за политическото участие. Улесненият достъп до документите и решенията на националните и местни власти би подсиллил включването в процеса по взимане на решения, но не би могъл да бъде основна предпоставка.

Все още можем да твърдим, че младите са по-скоро наблюдатели отколкото преки участници в политическия процес. Тази публика обаче си пробива нов път, активизира се, макар и неосезаемо започва да влияе. Гражданствеността, която, държа да подчертая, не се изразява само в гласуване на избори, придобива различно измерение, което се крие в силата на интернет, на социалните мрежи, на блоговете и форумите. Неоспоримо е, че все по-малко млади хора имат възможност да се обричат на дългосрочни проекти/каузи – те струват време и пари. Партиите се деидеологизират и се изпразват от ясно съдържание, с което си обяснявам и слабата им популярност.

Медиите на свой ред като средство, което следва да възпитава и да показва добрите примери, не дават поле на изгубените в своята неизвестност млади хора. И именно заради този леко мрачен контекст и негативно конструиран образ публиката в лицето на младите хора остава все така статична.

Виртуалното като ново средство на политическото участие носи своите дефицити, това е и причината политиците да не вземат за легитимно случващото се там. Все повече хора се осмеляват с името, а не с псевдонима си да критикуват властта във Фейсбук профилите си или личните си блогове, което е показател за отварянето на индивидите към общността. Интернет създава възможност за ангажираност, за информираност, за участие, превръща се в социализиращ фактор. Гражданите откриват там възможностите да влияят и да се самообединяват, обогатяват дори своята политическа култура.³

Новите информационни технологии 'облекчават' гражданствеността, тя става някак си 'по-лесна'. Политиката от вкъщи обаче не е дългосрочна, бързо се прави, но и бързо се разпада. Разбира се, новите форми на гражданственост са различни от традиционни и това е съвсем нормално, светът се развива. Може би тези форми на участие не носят същата сила, но поне засилват разбирането за случващото се, потребителите стават граждани, говорят, недоволстват, стремят се да променят.

ДИЧЕВ И. и О. СПАСОВ (съст.) (2009) *Новите млади и новите медии*. София: Отворено общество.

ДУЕЙ М. (2011) *Големият дигитален обрат*. София: Издателство на НБУ.

КАРДОН Д. (2012) *Интернет демокрация: обещания и граници*. София: Издателство на НБУ.

³ Достигат до послания и образи на политици, посредством политическата реклама в Интернет, която се появява непосредствено.

ОТФЪОЙ М. и Д. ВЕЛЕА (2012) *Пристрастени към Интернет: от скуката към зависимостта*. София: Рива.

ТОДОРОВ А. (2010) Граждани, партии, избори: България 1879-2009. София: Изток-Запад, 2010

Интернет източници:

Изследване за интернет нагласите, 2012 <http://www.media-journal.info/?p=item&aid=223>

Изследване на Медиана, 2012 <http://www.mediana.bg/bg/>