

Польська Т.Д.,
Салогуб Я.В.

Інтернет-технології та їх вплив на сучасний виборчий процес

УДК 324.77.004. 738.5

Польська Т.Д.,
кандидат філософських наук, доцент,
доцент кафедри теорії
та практики управління
Національного технічного
університету України
«Київський політехнічний інститут
імені Ігоря Сікорського»
Салогуб Я.В.,
студентка кафедри теорії
та практики управління
Національного технічного
університету України
«Київський політехнічний інститут
імені Ігоря Сікорського»

У статті розглянуто нові інтернет-технології в політичних процесах, зокрема у виборчому процесі, на сучасному етапі глобального інформаційного суспільства. Досліджено виборчі інтернет-технології в аспекті впливу на свідомість виборця порівняно з іншими виборчими технологіями та каналами комунікації. Важливим питанням аналізу є зміна правил ведення виборчих кампаній за допомогою інтернету.

Ключові слова: виборчий процес, інтернет-технології, інтернет, політична комунікація.

В статье рассмотрены новые интернет-технологии в политических процессах, в частности в избирательном процессе, на современном этапе глобального информационного общества. Исследованы избирательные интернет-технологии в аспекте воздействия на сознание избирателя

по сравнению с другими избирательными технологиями и каналами коммуникации. Важным вопросом анализа является изменение правил ведения избирательных кампаний с помощью интернета.

Ключевые слова: избирательный процесс, интернет-технологии, интернет, политическая коммуникация.

The article examines the new Internet technologies in political processes, in particular in the electoral process, at the present stage of the global information society. Electoral Internet technologies are analyzed in terms of influence on the voter's consciousness in comparison with other electoral technologies and other channels of communication. An important issue of analysis is the change in the rules of conduct of election campaigns through the Internet.

Key words: election process, Internet technology, Internet, political communication.

Технологічна революція на етапі розвитку інформаційного суспільства призводить до настільки кардинальних змін у багатьох сферах людського життя, виникнення та вдосконалення комунікаційних систем, що авторитетний дослідник інформаційного суспільства М. Кастельс робить таке філософське узагальнення: «Нова комунікаційна система радикально трансформує простір і час, фундаментальні виміри людського життя» [1, с. 79].

У зв'язку з появою і розвитком інтернету як нового засобу комунікації, ключової технології інформаційної епохи, з'являються нові моделі соціальної взаємодії в багатьох сферах як приватного, так і суспільного життя, особливо в політичній сфері. Інноваційні процеси в сфері комунікативних технологій безпосередньо торкаються і виборчого процесу і виборчих технологій.

Проблематика інформаційного суспільства, інформатизації суспільства та його впливу на політичні процеси, застосування сучасних комунікативних технологій у виборчих процесах активно вивчалась зарубіжними науковцями, зокрема, можна виділити таких: Д. Белл, З. Бжезинський, Д. Гелбрейт, Ф. Махлуп, М. Порат, Т. Стоуньєр, А. Турен, З. Катлер, Д. Кіссан. Окремо варто згадати вчених, яким належать створення фундаментальних аспектів інформаційної комунікації: серед них М. Кастельс, Г.-М. Маклюєн та Е. Тоффлер.

Також стрімкий розвиток онлайн-комунікації та її роль у політичних процесах, виборчі інтернет-технології розглядаються вітчизняними дослідниками, такими як: В. Бебик, М. Варій, С. Грабовський, С. Кара-Мурза, Л. Кочубей, В. Недбай, І. Поліщук, Г. Почепцов, Т. Польська, С. Телешун та інші.

Але проблематика динамічного розвитку інтернету та його впливу на політичну комунікацію між

громадянами і владою під час виборчих перегонів ще не до кінця розкрито у вітчизняній науці. Отже, метою публікації є дослідити сучасні підходи в політичному процесі до виборчих інтернет-технологій.

На сьогодні люди у всьому світі дедалі більше покладаються на технології в повсякденному житті – від вживання персональних комп'ютерів, смартфонів, інтернет-банкінгу та магазинів, до використання GPS для визначення напрямів руху, цей список нескінченний. Не оминула ця сучасна тенденція і виборчий процес, зокрема варто зосередитись на інтернет-технологіях, які активно заповнили свідомість виборця.

Був час, коли перемога у стратегічній політичній кампанії була поєднанням гучних промов, поцілунків та виграшної посмішки. Кваліфікований політик міг заволодіти аудиторією, сміючись чи плачучи, і зрештою спокійно перевести це все на голоси в день виборів. У ХХІ ст. такі методи відходять у минуле [5, с. 114].

Нині в політичній виборчій кампанії кандидати більше не в змозі потиснути кожну руку в кімнаті, не кажучи вже про те, щоб охопити кожну людину, яка може бути потенційним виборцем. Варто зазначити, що дні та тижні пересічного виборця зайняті буденними справами, що вже говорити про участь у мітингах. Враховуючи всі ці обставини, політичні активісти мали переглянути підхід до виборчих кампаній. Вони дійшли такого висновку, що нині потенційні виборці перебувають у своїх телефонах, у соціальній мережі або просто в інтернеті.

Тоді не дивно, що сучасна політична кампанія дедалі більше тягнеться до виборців через цифрові засоби. Звичайно, інтернет не є першою технологією, яка відіграє важливу роль у політичних кампаніях. Поява радіо дала політикам голос і

здатність, якої раніше вони не мали, транслювати положення своєї програми масовій аудиторії. Телебачення також висувало кандидатів у світ більш ефективно та яскраво, ніж просто лозунг чи флаєр. Інтернет, однак, – це зовсім інший вид технологій. Можна назвати, як мінімум, три причини того, чому інтернет змінює політичні кампанії, політичний маркетинг та політичні комунікації назавжди [4].

Швидкість політичної комунікації, яку підтримує інтернет, змінює політичні кампанії таким чином, як попередні технології не змогли. Як радіо, так і телебачення дають змогу транслювати політичне повідомлення або політичну подію в реальному часі, але ці технології залежать від присутньої аудиторії, яка має отримати це повідомлення. Подія, що транслюється через інтернет, є такою самою, як і радіо або телевізійна трансляція, яка супроводжує її, але водночас вона є легко доступною для аудиторії, оскільки будь-хто і в будь-який час може отримати потрібний меседж через десять безплатних потокових передач.

Радіо- і телевізійні мовники покладаються на журналістів на місцях, які вивчають історії, займаються редакційним процесом, і, зрештою, звітують перед камерою або на стрічці. В інтернеті такого не відбувається. Людина може почути коментар, записати, завантажити та твітнути свою думку тисячам людей протягом кількох секунд після її появи [7].

Наступна причина – це універсальність. Деякі технології є більш універсальними за інші. Місце проведення кампанії на радіо вимагає сильного голосу, зрозумілого повідомлення та, можливо, розумного використання звукових ефектів. Телевізійне рекламування на телебаченні дає змогу виборчій кампанії занурити виборців у візуальні зображення, звуки та, можливо, тексти на екрані. Флаєр кампанії може передавати повідомлення кампанії в тексті, навіть можна додати кілька фотографій або елементів графічного дизайну, щоб він запам'ятався.

Тепер варто розглянути універсальність інтернету та варіанти, які пропонують ті, хто прагне передати політичний меседж для потенційних виборців. Наприклад, якщо залучити виборця, котрого приваблюють візуальні ефекти, варто надіслати їх до каналу Instagram, фотоальбому Facebook або списку відтворення відео YouTube.

Виборцю, який бажає отримати інформацію, розроблену для його персональних політичних уподобань, варто лише натиснути пару відміток у списку, щоб переконатися, що він отримує персоналізовані інформаційні листи таким чином, про який інші засоби комунікації можуть лише мріяти.

Універсальність інтернету є справді ініціатором зміни виборчих кампаній як третій і останній спосіб, за допомогою якого інтернет змінює політичний агітаційний ландшафт.

Простота використання є також причиною того, що інтернет змінює виборчий світ. Звісно, не варто забувати про те, що такі комунікативні канали, як радіо і телебачення, також були не досить складними у використанні, але все ж таки інтернет переважає [6, с. 156].

Для того, щоб зрозуміти виступ на мітингу в рамках кампанії, треба лише відкрити очі та вуха, щоб повідомлення потрапило до адресата і призвело до потрібного ефекту. Газета чи флаєр кампанії надзвичайно прості у використанні, та й радіо не настільки складно налаштувати. Також не важко натиснути кнопку на пульті дистанційного керування телевізора. Але жодна з цих технологій не наближається до простоти використання в інтернеті.

З одного боку, інтернет – це технологія, яка неймовірно мобільна. Хоча газета досить портативна, вона також може застарівати вже на час друку, не кажучи вже про проміжок часу, за який її фактично може придбати потенційний виборець.

Там, де у будинку може бути один або два телевізори, цілком ймовірно, що у кожного виборця у домі є свій смартфон, ймовірно, власний комп'ютер і, можливо, інший пристрій, де увімкнений інтернет. Інтернет дійсно є технологією, яка слідує за користувачем і доступна за запитом цілодобово [9].

Не є новиною, що протягом останніх десятиліть політичні дискусії перейшли у сферу соціальних мереж та смартфонів. Можна навести кілька способів, через які технологія різко змінила гонку за лідерство за досить короткий проміжок часу.

Що стосується соціального впливу, Twitter і Facebook трансформували спосіб, яким кандидати взаємодіють зі своїми виборчими округами. Десять років тому виборчі кампанії різко відрізнялися від сучасних. Під час цих виборів кандидати не спілкувалися безпосередньо із громадськістю за допомогою соціальних каналів, а пересічні громадяни не мали так багато точок для обговорення своїх політичних поглядів. Нині соціальні медіа дають кандидатам прямий зв'язок із народом. Це однозначно позитивна зміна [7].

Але разом із тим треба зазначити, що соціальний світ – неконтрольований, демократизований, в якому люди можуть поширювати думки, які досить часто є обґрунтованими, що може змінити думку громадськості щодо кандидата протягом мінімального часу.

Під час виборів кандидати завжди під мікроскопом, оскільки нові технології дають засобам масової інформації змогу розглядати їх ближче. Соціальні медіа працюють у режимі реального часу та за допомогою різноманітних каналів, від Twitter до YouTube, слова кандидатів відтворюються, розкриваються та відтворюються знову. Після того, як щось потрапляє в інтернет, воно залишається там назавжди.

Тепер кандидати мають жити за умови, що завжди є хтось із смартфоном, камерою, мікрофоном або іншим пристроєм запису, який буде завжди наготові, щоб ділитися зі світом новинами про кандидата. Зрештою, навіть члени сім'ї кандидатів орієнтовані на соціальні медіа, а їхні слова та вчинки завжди відстежуються.

Кандидати завжди спиралися на опитування, які давали їм уявлення про те, який вони мають рейтинг, і що треба змінити щодо своїх кампаній. Великі об'єми даних та аналітики допомагають кандидатам зрозуміти точніше, який бік виборчої кампанії працює більш ефективно. За допомогою цієї інформації кампанії стають успішними і можуть бути адаптовані для отримання голосів, коштів або громадської думки, необхідних для певного регіону або виборчого округу.

Нові випуски. Сама технологія інтернету висуває нові питання на поле дебатів, про які кандидати мають знати, говорити про це та приймати позиції. Такі теми, як мережевий нейтралітет та кібербезпека, важливі для учасників, а кандидати мають бути проінформовані.

Крім того, кандидати мають бути в курсі новітніх технологій, інакше вони будуть розглядатися як застарілі політики. Кандидатів, які не використовують, наприклад, Twitter, не будуть сприймати серйозно. Чим більше контактів мають кандидати з технологією, тим більше людей вони матимуть на своєму боці. Використання нових технологій та тенденцій є ключовою частиною порозуміння з виборцями та успішної кампанії.

Технології, розроблені впродовж ХХ ст. та початку ХХІ ст., зокрема комп'ютерні технології, різко змінили адміністрування та спосіб проведення виборів. Хоча основні виборчі завдання щодо реєстрації виборців, голосування та підрахунку голосів концептуально залишалися старими з моменту зародження сучасного демократичного процесу, організація сучасних виборів в наші дні залежить від технології [8].

Можна очікувати, що нові технології матимуть змогу продовжувати змінювати шляхи проведення виборів у ХХІ ст. Хоча важко визначити всі зміни, які нові технології можуть принести до організації виборів, деякі з них вже можна передбачити, зокрема:

– **піднесення електронних методів голосування.** Оскільки електронні пристрої стають дешевшими, більш потужними та більш безпечними, можна очікувати, що використання різноманітних недорогих, надійних електронних методів голосування прискориться і стане більш широко використовуваним;

– **інтернет-голосування.** Незважаючи на те, що проблеми в галузі безпеки та ідентичності призвели до застереження щодо використання інтернет-голосування, багато країн розглядають це сер-

йозно, оскільки це не тільки полегшує вибір, але й спрощує голосування, оскільки з кінця ХХ ст. стали свідками тенденції до абсентеїзму виборців;

– **інтернет-референдуми та ініціативи.** Широка доступність інтернету вже призводить до виникнення так званої електронної демократії, завдяки чому звичайні громадяни можуть голосувати прямо за законодавчі пропозиції. Багато з них приймаються як орієнтовні та не обов'язкові, але існують вже деякі, які вважаються обов'язковими. Таким чином, виборці, як очікується, можуть взяти під свій контроль політичний процес у такий спосіб, який раніше був неможливим. Чи така тенденція може виявитися корисною для демократичного процесу, є дискусійним питанням;

– **електронна ідентифікація.** Електронні системи ідентифікації розробляються з метою забезпечення того, щоб громадяни могли брати участь у новому електронному світі торгівлі та державного управління. Оскільки дедалі більше щоденних заходів, таких як оплата рахунків здійснюється електронним способом, необхідність забезпечення надійних електронних ідентифікаційних систем є тиском на розроблення та впровадження загальнонаціональних методів однозначної ідентифікації людей електронними засобами [10];

– **електронна доставка інформації.** ХХ ст. часто називають інформаційним століттям. Ніколи раніше така кількість інформації не була доступна пересічним людям. Можна очікувати, що постійний розвиток інтернету та інших електронних технологій призведе до збільшення доступності інформації.

Це може мати серйозний вплив на демократичний процес, оскільки можливості для поширення та пошуку інформації розширюються, виходять за рамки традиційних методів, якими володіють основні засоби масової інформації. Для органів управління виборчими фондами нові методи надання електронних інформаційних послуг можуть розширювати можливості для виборців та інших клієнтів із широким колом інформаційних продуктів;

– **електронна доставка послуг.** На додаток до можливостей надання електронних послуг для процесу голосування та для надання інформації, багато інших послуг, що надаються органами управління виборчими процесами, можуть бути надані в електронному вигляді. Реєстрація виборців, реєстрація політичної партії, номінація кандидата, розкриття пожертвувань та витрат, надання експертної консультації та інші послуги, що надаються виборчими органами, вже розпочато в електронному вигляді;

– **доставка віддаленого сервісу.** З появою електронних послуг немає необхідності, щоб постачальник послуг знаходився в тому ж самому передмісті, місті чи навіть країні, як і користувач. Можна передбачити сценарій, за допомогою якого

місцевий орган управління виборами може знайти свій офіс будь-де, де це зручно з різних причин, і його послуги можуть бути дистанційно доставлені через інтернет, бездротові та супутникові зв'язки або будь-якими новітніми технологіями для заміни поточних технологій. Це дійсно сміливий новий виборчий світ [3].

Отже, можна сказати, що з розширенням масового доступу до інтернету він починає відігравати дедалі помітнішу роль не тільки в повсякденному житті людей, але й у сучасному політичному процесі. Інтернет сприяє зростанню відкритості політичних інститутів і політики загалом. Політичні діячі активно досліджують інтернет, швидко переймаючи західні технології, прагнучи таким чином використати їхні можливості для мобілізації електорату.

У Мережі з'являється щораз більша кількість сайтів політиків, на яких вони пояснюють свою позицію з того або іншого питання. Дедалі популярнішим засобом спілкування політиків із народом стають інтернет-конференції, що має набагато більший ефект масовості порівняно з радіо й телебаченням, які обмежені часом і регіоном віщання [2, с. 64–64].

Інтерактивні й оперативні можливості інтернету дають змогу зробити висновок про те, що для багатьох політичних лідерів інтернет-сайт може стати одним із найважливіших засобів комунікації, що буде сприяти більш ефективній роботі з виборцями, представниками ЗМІ, союзниками й навіть конкурентами. Така взаємодія політиків із громадськістю стає особливо актуальною під час виборчої кампанії. Це особливо важливо з огляду на те, що не завжди в того або іншого політичного лідера з тих або інших причин є змога виступити в електронних ЗМІ, які перебувають у сильній залежності від контролюючої влади й від політичних інтересів власників. Інтернет є більш демократичним середовищем для висловлення [1, с. 12].

Відкритий інформаційний простір не може бути монополізованим жодним суб'єктом комунікації. Віртуалізація політики стає результатом її медіатизації, під якою політологи розуміють перенесення політичного процесу, політичних суб'єктів зі світу реального в ще значно реальніший – світ техно-телемедіа. А поява інтернету як якісно нового комунікаційного середовища й розширення доступу до нього може мати наслідки для еволюції політичної системи інформаційного суспільства, тотожні за своєю значимістю наслідкам розширення виборчого права в епоху індустріалізації.

У виборчих кампаніях дедалі більшого розвитку набувають інтернет-технології, віртуальний

простір надає можливість комунікації та впливу на електорат. Безперечними перевагами інтернету в політиці загалом і у виборах, зокрема, є великий обсяг доступної інформації, швидкий її збір, пошук та передача, більш широкі можливості для адресування інформації цільовій аудиторії, відсутність просторових і часових обмежень, швидкий зворотний зв'язок, демонстрація залученості політика чи політичної структури до сучасних технологій, що символізують прогрес, створення видимості підтримки політика інтернет-аудиторією, дешевизна рекламної кампанії тощо.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
2. Малышевский Н.М. Технология и организация выборов / Н.М. Малышевский. – Минск: Харвест, 2003. – 521 с.
3. Поліщук І. О. Маніпулятивний потенціал сучасних виборчих технологій / І. О. Поліщук // Вісник Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого. Сер. : Філософія, філософія права, політологія, соціологія. – 2013. – № 3. – С. 111–121.
4. Польська Т.Д. Зміна комунікаційної парадигми в інформаційному суспільстві та її вплив на політичну активність / Т.Д. Польська // Науковий журнал «Politicus». – 2017. – № 2. – С. 106–109.
5. Сіленко А. Інформаційні технології створення образу політичного лідера / А. Сіленко // Наук. зап. ІПіЕД ім. І. Ф. Кураса НАН України. – 2007. – Вип. 35. – С. 64–65.
6. Стельмах Б. Як маніпулювати свідомістю виборця через медіа (майже інструкція) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://imi.org.ua/analytics/46365-yak-manipulyuvati-svidomistyu-vibortsa-cherez-media-mayje-instruktsiya.html>.
7. Юрченко Є. Особливості використання Інтернету у виборчій кампанії / Є. Юрченко // Віче. – Теоретичний і громадсько-політичний журнал. – 2008. – № 2. – С. 22–24.
8. Dylan Kissane. Three Ways The Internet Has Changed Political Campaigns [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.doz.com/marketing-resources/three-ways-internet-changed-political-campaigns>.
9. Indrajit Basu. The Technology Behind Election Campaigns [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.govtech.com/dc/articles/The-Technology-Behind-Election-Campaigns.html>.
10. Sam Sanders. Did Social Media Ruin Election 2016? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.npr.org/2016/11/08/500686320/did-social-media-ruin-election-2016>,
11. Zach Cutler. 4 Ways Technology Has Impacted Presidential Elections [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.entrepreneur.com/article/248450>.