

**Денисюк Світлана Георгіївна**

**канд. політ. н., доцент кафедри українознавства, політології і права**

Вінницький національний технічний університет

## **КОМУНІКАТИВНІ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ В СУЧАСНОМУ ВИБОРЧОМУ ПРОЦЕСІ**

Сьогодні можна констатувати наявність бурхливого розвитку наукових, технічних і технологічних досягнень (комп'ютерної техніки, розповсюдження мережі Інтернет), які суттєво вплинули на відносини в сфері політики, зокрема, комунікацію між політиками і громадянами у виборчому процесі.

Виборчий процес – це складне політико-правове явище, що включає власне виборчу кампанію (політологічний аспект) і встановлену законом сукупність стадій і виборчих процедур, що забезпечують його цілісність і легітимність результатів виборів.

Під комунікативними інтернет-технологіями у виборчому процесі ми розуміємо систему цілеспрямованих, послідовних, ефективних дій на основі використання інтернет-ресурсів та її можливостей, розрахованих на досягнення заданого політичного результату і формування взаємодії між політиками і громадянами. В основі цих технологій знаходяться сучасні новітні методики (електронне голосування, використання електронних урн, обробка виборчих бюлетенів, підбиття підсумків електронного голосування) і політичні технології, які застосовують для впливу на вибір громадян (ЗМІ, диспути, Інтернет тощо).

Проблеми інформатизації суспільства, застосування новітніх комунікативних технологій у виборчих процесах активно досліджуються як зарубіжними, так і вітчизняними науковцями (П. Бурд'є, Г. Лассуелл, П. Лазарсфельд, С. Хантінгтон, М. Грачов, М. Кастельс, Р. Шайхутдінов, О. Батанов, В. Бебик, А. Біккулов, М. Варій, С. Кара-Мурза, М. Клепацький, Л. Кочубей, В. Недбай, Г. Почепцов, С. Телешун та інші).

Однак серед невирішених частин загальної проблеми залишається вплив стрімкого розвитку комп'ютерної техніки, а саме Інтернету, на сучасну політичну комунікацію між громадянами і владою під час виборчих перегонів.

Тому метою дослідження є аналіз комунікативних інтернет-технологій у виборчому процесі в сучасній Україні.

Почнемо з того, що сфера застосувань інтернет-технологій в політиці з кожным днем все більше розширюється. Так, політик або виборець може використати для збору, отримання і обробки необхідної політичної інформації сучасні комп'ютери, спеціальні комп'ютерні бази даних, систему Інтернет.

Інтернет-технології дозволяють використовувати принцип діалогової зв'язку, що створює нові можливості для участі в політико-інформаційному обміні. З одного боку, ці технології відкривають шлях для плюралізму і гласності, дають можливість будь-якому користувачу Інтернету миттєво зафіксувати і розповсюдити свою думку щодо важливого політичного питання, можуть доповнити або навіть в перспективі замінити представницьку демократію на демократією комп'ютерної участі через мережу Інтернет.

Однак, з іншого боку, інтернет-технології двосторонньої політичної комунікації містять у собі широкі можливості для політичного маніпулювання з боку політтехнологів, аналітичних комп'ютерних центрів та ін. Також існує небезпека розвитку тоталітарних тенденцій в застосуванні технологій двосторонньої політичної комунікації, в тому випадку, якщо вони будуть контролюватися відповідними владними структурами, задавати жорсткі рамки обговорення проблем, обмежуючи вибір варіантів або тільки реєструвати (спотворювати) громадську думку.

До переваг інтернет-технологій слід віднести такі: швидкість і легкість оприлюднення інформації; доступ до цільової аудиторії через IP-адресу й показ «відповідної» політичної реклами, застосування пропаганди на інтернет-сайті; відсутність просторових і часових обмежень; швидкий зворотний зв'язок, можливість двосторонньої комунікації; демонстрація залученості політика чи політичної партії до сучасних технологій, що символізують прогрес (інтернет-

конференції, згадування про інтернет-присутність політика чи політичної партії в традиційних ЗМІ) [1]; створення видимості підтримки суб'єкта політики інтернет-аудиторією; дешевизна рекламної кампанії [2]; законодавча неврегульованість Інтернет-простору, що дає змогу обходити обмеження стосовно використання фінансів із виборчих фондів і вдаватися до нечесних методів політичної боротьби без жодних правових наслідків.

Так, у США відсутність законодавчого врегулювання діяльності інтернет-кампаній уможлиблює проведення агітації за кандидатів будь-кому. Тож багато організацій використовують Інтернет для підтримки кандидата, який захищає їхні інтереси, розміщуючи на своєму сайті його рекламу. Досить часто це обертається тиражуванням неперевіраних чи перекручених фактів, приписуванням висловлювань і бомбардуванням користувачів всесвітньої павутини «спамом»; постійне збільшення аудиторії Інтернету [3].

Про потужний вплив Інтернет-технологій в період виборчих кампаній свідчать такі відомі приклади: саме персональний сайт надав можливість Дж. Керрі встановити рекорд: зібрати більше 100 млн. доларів пожертвувань, тоді як його супернику – Дж. Бушу – лише 55 млн. доларів США [4]; американський політтехнолог М. Мерфі визнав, що «сайт Н. Саркозі був багато в чому «просунутіший», ніж більшість типових американських політичних сайтів» [5]; в 2005 р. С. Гавриш зробив заяву, що В. Ющенко став Президентом саме завдяки Інтернету: «...майже 100 % журналістів, які працюють в інтернет-виданнях були саме на його боці. Саме ця інтелектуальна еліта сформувала відповідну позицію в суспільстві» [6].

Взагалі під час виборчих кампаній політтехнологи, журналісти рекламують політиків, застосовуючи різноманітні технології на таких популярних сайтах мережі, як: «Українська правда», «Кореспондент», «УНІАН», «Українська національні новини», «Цензор», на офіційних сайтах певних політиків тощо.

Якщо розглядати Інтернет, як простір для застосування комунікаційних технологій, то найчастіше зустрічаються технології, так званого «чорного» і

«сірого» піару: наклеювання ярликів, перенос авторитетів, спрощення проблеми, політичний гумор (анекдоти, частушки), псевдологічні висновки, використання напівправди, стереотипів, відволікання від важливого питання тощо. Такі маніпуляції краще сприймаються громадянами, оскільки використовується комбінований спосіб подачі інформації, в результаті чого раціональне прочитання змісту поступається чуттєвому, ірраціональному.

Прикладів інтернет-сайтів, де застосовуються технології «чорного піару», є досить багато. Зокрема, це такі сайти, як: <http://news.join.ua/read/15/64/34/84>; <http://anekdotu.org.ua/tag>; <http://old.sprotiv.org/?cat=anekdot&id=1233001680>; <http://www.from-ua.com/news>; <http://www.compromat.ru> та багато інших.

Так, застосування інтернет-технологій у виборчій кампанії створює передумови для формування нового типу сприйняття інформації, змін внутрішнього світу людини. Сприймаючи політично важливу інформацію через Інтернет, ми занурюємося в складний символічний простір, який ще й можна змінювати, взаємодіяти з ним і сприймати як іншу справжню реальність.


Отже, інтернет-технології мають як негативні (застосовують для розповсюдження антиреклами з метою пониження рейтингу основних опонентів або знищення їх іміджів), так і позитивні якості (можна підтримувати постійний зв'язок з громадянами; швидко і ефективно реагувати на зміни ситуації в політичному просторі; отримати необхідну інформацію про потреби, думки та вимоги виборців; налагоджувати двосторонню комунікацію із громадянами; інтернет-комунікації є недорогим каналом політичної комунікації, що дозволяє значно економити витрати на організацію певних етапів виборчої кампанії).

Інтернет-технології ще не мають всезагального впливу через те, що за даними [internetworldstats.com](http://internetworldstats.com) в Україні нараховують 15 млн. користувачів Інтернету, що складає біля третини (33%) жителів України [7]. Однак фахівці вважають, що рівень довіри до інформації в Інтернеті у користувачів набагато більше, ніж у громадян до традиційних ЗМІ.

Стосовно маніпулятивного впливу інтернет-технологій, то його можна набагато зменшити за умови високого рівня культури і свідомості громадян, коли виборці до інформації будуть ставитись раціонально і критично.

Сьогодні, як відомо, відсутні контроль і правова та політична відповідальність за якість наданої інформації, тому тема дослідження потребує подальших наукових розробок в цих напрямках, враховуючи досвід розвинених суспільств.

### **Література:**

1. Иванов Д. Политический PR в Интернете: российские реалии / Д. Иванов // Интернет-маркетинг. – 2002. – № 4. – С. 12.
2. Интернет может удешевить избирательную кампанию // Взгляд. – 2007. – 13 сентября. – С. 5.
3. Юрченко Є. Особливості використання Інтернету у виборчій кампанії / Є. Юрченко // Віче. – Теоретичний і громадсько-політичний журнал. - 2008. – № 2. – С. 22-24.
4. Президентские выборы выигрывает Интернет. – Режим доступа:  <http://www.washprofile.org/ru/node/6666>.
5. Французский ресурс для американских выборов // Власть. – 2007. – № 15-16 (719-720). – С. 31.
6. Гавриш С. Ющенко стал Президентом благодаря Интернету / Гавриш С. – Режим доступа: [http://www.obozrevatel.com/news\\_print/2005/4/5/5741.html](http://www.obozrevatel.com/news_print/2005/4/5/5741.html). 4. Быков И.А. Интернет-технологии в связях с общественностью / И.А. Быков // Связи с общественностью как социальная инженерия: учебное пособие. – СПб.: Речь, 2005. – С. 232-246.
7. Internet World Stats. – Режим доступа: <http://www.internetworldstats.com/>