

ИЗБИРАТЕЛЬНЫЕ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ

Дехтерук Павел Михайлович

УО «Брестский государственный университет имени А.С. Пушкина»

Активное развитие и внедрение новых информационно-коммуникационных технологий является одним из главных трендов мирового научно-технического развития последних десятилетий. Глобальная сеть Интернет, являясь специфическим интерактивным средством массовой коммуникации, играет особую роль в этом процессе. По данным Международного союза электросвязи (International Telecommunication Union) в 2005 году доступ к сети Интернет имело 15,8% населения Земли, в 2010 – 28,9%, а по состоянию на 2017 год – 48% [1]. Таким образом, мы можем наблюдать устойчивую тенденцию роста количества Интернет-пользователей, причем за последние 12 лет их численность выросла более чем в 3 раза. На этом фоне современные интернет-коммуникации все интенсивнее проникают в политическую сферу, и первую очередь, в избирательную систему.

Несомненно, успех избирательных кампаний во многом зависит от эффективности взаимодействия с избирателями. Интернет предоставляет широкий спектр возможностей донесения информации о кандидате до электората. Например, в сети можно размещать классические агитационные листовки, аудио- и видеофрагменты выступлений, организовывать онлайн конференции. В 1992 году впервые сотрудники Массачусетского технологического института (Massachusetts Institute of Technology) предложили политическим партиям использовать возможности электронной почты в избирательной кампании [2]. Удобным способом представления и организации агитационной информации в ходе избирательной кампании являются веб-сайты. Исследования показывают [3], что эксперты избирательных кампаний в состоянии занять внимание избирателя по телефону на 45 секунд, телевизионные ролики с этой задачей справляются за 30 секунд, на соответствующем веб-сайте человек проведет 5-8 минут. Предвыборные веб-сайты позволяют представить вниманию избирателей программу кандидата, презентацию его политических инициатив и взглядов, способствуют формированию имиджа кандидата, обеспечивают возможность поиска добровольных помощников, а также предоставляют разнообразные средства организации общественно-политических дискуссий.

Не менее значимую роль в последнее время при проведении избирательных кампаний играют социальные сети. Главной особенностью социальных сетей по сравнению с сайтами, блогами и форумами, является

возможность установления контактов между потенциальными избирателями, используя систему друзей и групп. Аккаунт пользователя социальной сети содержит виртуальный портрет личности: персональные данные, место работы, увлечения, фотографии, любимые цитаты, и т.д. На основании этих данных можно формировать политический имидж в сети, а также запускать механизмы поиска единомышленников для организации соответствующих виртуальных групп.

Стоит отметить, что помимо неоспоримых преимуществ в виде относительно небольших затрат и работы на массовость, Интернет в избирательных технологиях имеет также и недостатки, которые проявляются в отсутствии выделения целевых групп, что снижает эффективность. Кроме того, интернет-коммуникации могут быть использованы с целью сокрушения имиджа кандидата путем распространения дискредитирующей информации о нем.

Таким образом, в современных избирательных технологиях можно говорить о появлении нового вида избирательной кампании – электронной избирательной кампании, характерной особенностью которой является использование интернет-коммуникаций и информационных технологий. Профессор колледжа Колби Э. Коррадо еще в 1996 году отмечал, что электронные коммуникации в избирательных кампаниях станут такими же революционными, как ТВ и радио [4]. Но если радио завоевывало свою аудиторию в течение 50 лет, а телевидению на это потребовалось времени на порядок меньше, то развитие средств электронной коммуникации носит взрывной характер.

ЛИТЕРАТУРА

1 Measuring the Information Society Report 2017 [Electronic resource] // International Telecommunication Union. – Mode of access: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/default.aspx>. – Date of access: 02.03.2018.

2 Campbell, K.D. AI Lab Initiates Electronic Presidential Town Mtg [Electronic resource] / Kenneth D. Campbell // MIT News on Campus and around the World. – <http://news.mit.edu/1992/electronic-1028>. – Date of access: 02.03.2018.

3 Бронников, И.А. Внедрение онлайн-ресурсов в электоральный процесс / И.А. Бронников // *ВВ: Проблемы общества и политики*. – 2013. – № 9. – С. 130-152.

4 Corrado, A. Elections in cyberspace: Toward a new era in American politics / A. Corrado, C. Firestone. – Washington DC : Aspen Institute, 1996. – 104 p.