

Уварова Т. І.

Одеський національний університет ім. 1.1. Мечникова

**ВИБОРЧИ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ У СУЧАСНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ
ПРОСТОРИ**

Широке застосування нових інформаційних та комунікаційних технологій є світовою тенденцією науково-технічної революції останніх десятиліть. Особливу роль у цьому відіграє глобальний віртуальний простір, який за своєю природою є викликом традиційним інститутам та механізмам політичного процесу. Світова політична практика свідчить, що Інтернет стає дедалі популярнішим інструментом у

виборчих кампаніях. Не винятком стала і Україна, останні роки виборчої історії якої свідчать про зростаючу роль нових інформаційних технологій.

Актуальність цієї проблематики не тільки лежить у теоретичній площині, а й має практичну спрямованість. Звертання до теми впливу глобальної мережі Інтернет пояснюється необхідністю початку проведення міждисциплінарного дослідження, метою якого буде не лише опис можливостей нових комунікаційних систем, але й вироблення рекомендацій з їх ефективного використання та розвитку в українських реаліях.

У виборчих кампаніях все більшого розвитку набувають інтернет-технології, віртуальний простір надає можливість комунікації та впливу на електорат. Безперечними перевагами Інтернету в політиці в цілому і у виборах зокрема - це 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.

Серед інтернет-технологій, які застосовуються у виборчій практиці, виділяються так звані конвенціональні (загальноприйняті) та неконвенціональні технології. Через обмеженість обсягу цієї публікації лише обмежимося переліком основних інтернет-технологій, які застосовуються в сучасній виборчій практиці:

1) **технологія голосування через Інтернет** на інтернет-виборах, конференціях, референдумах (Естонія, Великобританія, Франція, Голландія та ін.). Незважаючи на певний досвід, накопичений у ряді країн, які використовували нові інформаційно-комунікаційні технології в ході проведення парламентських чи президентських виборів, електронне голосування на сьогодні є технологією, яка лише починає формуватись;

2) **створення та тиражування політичної інформації за допомогою сайтів, блогів, інтернет-ЗМІ** (персональні сайти, використання соціальних мереж є важливим інформаційно-комунікативним каналом, який сприяє ефективності виборчої кампанії);

3) **застосування Інтернету як інструменту контрреклами у виборчих кампаніях** («злив» компрометуючих фактів чи дезінформації поширюється шляхом «вкидання» на спеціалізованих форумах або ж через соціальні мережі всесвітньої павутини);

4) **«накрутка» рейтингу сайту** (досить часто власники сайтів, зокрема й політичних, вдаються до такої технології, коли за рахунок фіктивних відвідувачів їм вдається вийти на перші позиції в інтернет-рейтингах. Це робиться за допомогою систем «розкруток» чи клік-клубів, коли власник ресурсу купує в певної організації переходи (відвідувачів) на свій сайт, та спеціальних програм, які дають змогу маскувати масові заходи з однієї IP-адреси, створюючи враження заходів різних відвідувачів);

5) **використання Google Boombing**, коли на певний запит пошукова система видає абсурдний або провокаційний результат (для використання цієї технології слід або прописати «потрібні» слова в коді сайту, або створити цілу низку сайтів, що містять це словосполучення, з автоматичною переадресацією на сайт жертви);

6) **технологія підміни сайтів** (передбачає створення сайтів-«двійників» зі схожою інтернет-адресою або ж дизайном, але протилежним, пародійним змістом);

7) **технологія створення віртуальних партій, виборів, з'їздів** (наприклад, виборчого блоку «Проти всіх» на чолі з популярним артистом А. Данилком (Веркою Сердючкою) в 2007 році);

8) **використання відеоресурсу YouTube.com**, надає широкі можливості використання його як альтернативи телебаченню: для розміщення роликів із виступами політичних діячів, записами прес-конференцій, передач тощо (таку технологію уже випробувано в Україні, коли компрометуючий ролик із записом передвиборного звернення мера Харкова М. Добкіна ввійшов до десятки найчастіше завантажуваних);

9) **атаки хакерів на сайти кандидатів** чи партій також належать до інтернет-технологій (так, прикметною рисою дострокових виборів 2007 року в Україні стала нечесна віртуальна конкуренція політичних сил, що вилилася в почастішання випадків злому сайтів супротивників). Водночас можна припустити, що політики безпідставно можуть заявляти про віртуальні напади з метою привернення уваги до своєї політичної сили й для обвинувачення конкурентів у використанні нечесних методів боротьби;

10) **застосування комп'ютерних НЛП-технологій**, у яких головним засобом впливу виступають спеціально підібрані вербальні (словесні) й невербальні (образні) лінгвістичні програми, засвоєння змісту яких дозволяє змінити в заданому напрямку переконання, погляди і уявлення людини (як окремого індивіда, так і цілих груп людей). Сучасні НЛП-технології виробництва віщальних програм, комп'ютерних ігор, інтернет-спілкування є дієвими, оскільки дозволяють уникнути контролю з боку свідомості сприймаючої сторони.

Зважаючи на темпи розвитку вітчизняної інтернет-аудиторії, можна прогнозувати зростання інтересу з боку політиків до цього способу комунікації з виборцями, що не може не вплинути на певну еволюцію інтернет-технологій у виборчому процесі. А переможцями виборів у майбутньому, очевидно, будуть розробники найбільш якісних моделей інформаційного впливу на виборців.