

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ВИБОРЧИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УКРАЇНІ В УМОВАХ СТАНОВЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

Чубатенко О. М.,

*аспірант кафедри парламентаризму та політичного менеджменту
Національної академії державного управління при Президентові України
ORCID ID: 0000-0002-6736-2175*

У статті говориться про те, що в Україні протягом останніх років спостерігається бурхливий розвиток політичних технологій, зокрема виборчих. Це стало наслідком глибокого реформування політичної системи. Для здобуття влади політичні сили почали переймати досвід інших демократичних країн і запозичувати технології, які б могли допомогти їм досягти успіху у виборчому процесі. Хоча виборчі технології є відносно новим явищем, саме вони покликані забезпечити найважливішу сферу взаємодії держави та громадянського суспільства за допомогою процедури виборів – передавання владних повноважень представникам суспільства шляхом виборів.

У статті зазначено, що важливе місце серед виборчих технологій посідають інформаційні, оскільки вони можуть бути ефективним інструментом управління свідомістю мас, тому характерною особливістю сучасного виборчого процесу є технологізація та інформатизація методів підготовки, організації та проведення виборчих кампаній.

Вміле використання інформаційних технологій дало змогу перенести на новий рівень взаємовідносини між політиками-кандидатами та потенційними виборцями, переводячи їх на партнерські відносини. Зазначено, що сучасні можливості дають змогу звертатися до виборців адресно, а не до всіх загалом. Ефективність політичних гасел підвищується тоді, коли вони не адресовані всім одночасно, а розподіляються залежно від груп осіб, їх інтересів та потреб. В умовах становлення інформаційного суспільства адресні технології забезпечують безпосередню комунікацію між структурами влади та громадянами. Інформаційні технології, які використовуються під час виборчого процесу, дають змогу виборцям бути на постійному зв'язку з кандидатами в органи влади й доносити свої побажання до потенційних посадовців.

У статті висвітлено статистичні дані про соціальні мережі, які перетворились на дієвий інструмент боротьби за виборців у 2019 році в Україні. Зазначено, що Інтернет як засіб отримання інформації у 2018 році вперше випередив телебачення.

Наведено переваги інформаційних технологій як ефективного передвиборчого засобу. Прогнозовано розширення сфери використання інформаційних технологій у політичному просторі, за допомогою яких буде відбуватися систематичне спілкування політиків та електорату.

Ключові слова: політичні технології, виборчі технології, адресні виборчі технології, виборча кампанія, соціальні мережі, інформаційне суспільство.

Постановка проблеми. Останніми роками в Україні, яка характеризується трансформаційними процесами у політичній та економічній сферах, спостерігається бурхливий розвиток політичних технологій, зокрема виборчих. Після того як замість одного центру влади (правлячої партії), почали утворюватися альтернативні центри влади, що мали власні погляди й джерела політичного впливу, прийшла черга глибокого реформування політичної системи. Як наслідок, у країні почали систематично відбуватися виборчі перегони, а серед політиків почав проявлятися інтерес щодо можливостей впливу на громадську думку та масову свідомість суспільства, які могли легітимним шляхом привести політичні сили до влади, тому політики, які боролися за владу, почали переймати досвід інших демократичних країн і запозичувати технології, які б могли допомагати їм досягти успіху у виборчому процесі.

Мета статті полягає в розгляді тенденцій розвитку виборчих технологій в Україні в умовах становлення інформаційного суспільства.

Виклад основного матеріалу. Враховуючи те, що інформаційні технології починають використовувати останні досягнення науково-технічного прогресу, який привів до формування нового типу суспільства – інформаційного, де інформація та знання перетворились на основні продукти виробництва [10], вони перебувають у процесі постійного вдосконалення та відкриті до нових механізмів, які б змогли забезпечити перевагу того чи іншого політика-кандидата (чи політичної сили) на виборах різних рівнів.

Ще у 1962 році Ф. Махлуп у своїй праці «Виробництво і розподіл знань в США» відзначив, що з 1960-х років виробництво й розподіл інформації стали провідними галузями національного багатства розвинутих країн світу [12].

В цей період дослідники почали активно говорити про настання інформаційного суспільства, в якому відбувається перехід від виробництва предметів споживання до виробництва послуг. За твердженням одного з розробників теорії інформаційного суспільства Д. Белла, це суспільство буде характеризуватися створенням великих обсягів різної інформації, різноманітним розвитком послуг культурного та побутового значення. Характерною буде велика поінформованість людини про саму людину та навколишній світ. Нові технології призведуть до підвищення енергоефективності, знизиться рівень матеріалоємності виробництва, зменшиться навантаження на транспорт тощо. Через різке збільшення комп'ютерів і поширення комп'ютерних операцій використання інформаційних технологій буде першочерговим у новому суспільстві [11].

Японський вчений Й. Масуда в книзі «Інформаційне суспільство як постіндустріальне суспільство» [13] для визначення інформаційного суспільства висунув низку таких припущень:

- в основі нового суспільства будуть перебувати комп'ютерні технології, які зможуть як підвищити, так і зменшити розумову діяльність людей;
- інформаційна революція спричинить створення нової виробничої потужності, яка принесе виробництво великих об'ємів інформації;
- розширяться можливості співробітництва між громадянами та організаціями.

Основна ідея інформаційного суспільства полягала в тому, що відбудеться збільшення частки інформації у виробництві, а рушійною силою розвитку суспільства буде вже не матеріальний продукт, а інформаційний [13, с. 29].

Як видно із сучасних тенденцій розвитку, інформаційні технології посіли потужне місце в розвитку не лише суспільства, але й сучасних виборчих технологій, оскільки вони можуть бути ефективним інструментом управління свідомістю мас, а їх застосування у політичних процесах, зокрема під час виборів, набуває першочергового значення. Саме інформаційні можливості будуть визначальними у тенденціях розвитку виборчих технологій в Україні в найближчій перспективі.

Увага до проблематики політичних технологій, зокрема виборчих, приділяється у роботах таких науковців, як В. Бебик, К. Ващенко, Л. Кочубей, В. Карасьов, Г. Почепцов, А. Савков. Водночас дослідження впливу інформаційних можливостей на виборчі технології та тенденції їх розвитку ще перебувають в активній стадії розробки.

Мета статті полягає в аналізі виборчих технологій в Україні в процесі формування інформаційного суспільства та визначенні тенденцій їх розвитку.

Проведення чесних, прозорих та демократичних виборів говорить про здатність суспільства мирними політичними методами вирішити нагальні проблеми. Вибори є одним із механізмів легітимізації влади, яка забезпечує політичну стабілізацію у суспільстві [8, с. 220].

Хоча в сучасній політичній науці виборчі технології є відносно новим явищем, саме вони покликані забезпечити найважливішу сферу взаємодії держави та громадянського суспільства за допомогою процедури виборів, а саме передання владних повноважень представникам суспільства [7, с. 190].

За сучасних можливостей інформаційних технологій їх зміст та напрям дії можна спрямувати на конкретно визначену аудиторію. При цьому аудиторія може диверсифікуватися залежно від їх потреб та інтересів. Сучасні інформаційно-комунікаційні технології дають можливість користувачеві вибирати бажаний канал інформації. Такими каналами можуть бути інтернет-засоби, інтернет-телефонія, інтернет-радіо, соціальні мережі, різні розважальні та інформаційні сайти тощо.

З розвитком інформаційних можливостей усі виборчі технології спрямовані на інноваційність. Сучасні комп'ютери та спеціальні комп'ютерні системи широко використовуються у виборчому процесі.

Можливості застосування інформаційних технологій у виборчому процесі постійно розширюються. Комп'ютери та мережа Інтернет широко використовуються політичними силами для збирання та оброблення персональних даних. За допомогою сучасних інформаційних технологій стає можливим запровадження діалогового зв'язку, який дає змогу політикам розширити свою участь у політико-інформаційному обміні. Також важливою функцією інформаційних технологій є те, що пересічні громадяни за допомогою соціальних мереж, наприклад, можуть виражати свої думки, погляди та висловлювати свої побажання щодо важливих політичних питань, які можуть поширюватися в усьому суспільстві. Це веде до плюралізму та гласності.

Водночас ефективні та вмілі дії з інформацією, її опрацювання та використання дають змогу політехнологу організувати індивідуальну роботу з кожним виборцем. Таким чином, спілкуючись з виборцями, політик може адресувати свій виступ до конкретних громадян та може піднімати ті проблеми, які їх хвилюють. Цим він засвідчує свою компетентність і піднімає свій рейтинг на певній території.

Підвищення рівня можливостей використання виборчих технологій з високим вмістом інформаційної компоненти дало змогу перенести на новий рівень взаємовідносини між політиками-кандидами та потенційними виборцями, а саме перевести ці відносини у форму партнерства [6, с. 110].

Такий підхід розширює можливості поняття «адресні технології», які з інформаційними можливостями набули нової форми.

Ефективність адресних технологій доведена безпосередньою роботою з виборцями у практиках західних країн, де майже всі виборчі кампанії будуються на основі західної адресної моделі. Ця модель передбачає визначення цільових груп виборців за різними ознаками, що визначаються через соціологічні дослідження. На основі соціологічних матеріалів формуються моделі електоральної поведінки цільових груп і здійснюється розроблення стратегії взаємодії з кожною з них.

На рівні тактики широко застосовуються технології, що передбачають установа прямого контакту з виборцями, зокрема збирання підписів, організація пікетів, зустрічі з виборцями, технології телефонної агітації, адресна поштова розсилка, організація громадських приймалень і, звісно, проведення кампаній «від дверей до дверей» [3, с. 365].

В сучасних виборчих процесах важливою є роль засобів масової інформації, які інформують громадян про події та явища політичного життя, формують громадську думку й визначають політичну поведінку окремих громадян та соціальних груп. Хоча ЗМІ вважаються обов'язковим елементом виборчих кампаній, навіть повна перевага в інформаційному просторі не забезпечує стовідсоткову перемогу на виборах. Більш того, надмірна та нав'язлива інформаційна присутність може стати причиною зворотного ефекту.

Через це на перший план у сучасних виборчих кампаніях виходять адресні технології, які спрямовані на безпосередню комунікацію політиків-кандидатів та виборців.

Сучасні можливості дають змогу звертатися до виборців адресно, а не до всіх загалом. Політичне повідомлення часто не може бути адресоване всім одночасно, оскільки воно не матиме рівноцінного ефекту залежно від соціальної групи осіб та їх інтересів, тому необхідно робити вибір в бік тих чи інших громадян. Це не означає, що з поля зору повинні бути викинуті певні групи осіб, але інформація має подаватися диверсифіковано.

Український дослідник О. Петров вважає, що адресний підхід є найефективнішим на виборах будь-якого рівня і на практиці дає вагомий результат, проте використовувати його дуже складно, особливо на загальнонаціональних виборах, оскільки це потребує значних ресурсів [5].

Характерною особливістю сучасного виборчого процесу є технологізація та інформатизація методів підготовки, організації та проведення виборчих кампаній.

Поширення інформаційних технологій веде до того, що учасники виборчих перегонів усе більше уваги почали приділяти соціальним мережам, таким як Facebook, Twitter, Instagram, та месенджеру Telegram. Ці засоби перетворились на дієвий інструмент боротьби за виборців.

Гарним прикладом є президентська виборча кампанія 2019 року. Хоча соціальні мережі у виборчих кампаніях використовувались і раніше, але у 2019 році політична передвиборча дискусія була переведена з популярних соціальних мереж Facebook та Twitter в Instagram та месенджер Telegram [9].

У 2018 році мережа Instagram стала головним мобільним додатком в Україні та найпопулярнішою серед молоді. Кількість користувачів Instagram віком 18–20 років становить 91%, а громадян віком 25–35 років – 54%. Ці люди склали ядро електорату В. Зеленського [2].

Також командою В. Зеленського було створено Telegram-канал, який став четвертим в Україні за кількістю підписників у цьому месенджері. Цей канал дав змогу адресно спілкуватися з підписниками. Якщо пост у Facebook або Instagram читають від 5% до 20% підписників, то через Telegram його отримує кожен підписник особисто, прямо на смартфон. Це показало, що Telegram є гарним інструментом поширення інформації, але він був недооцінений багатьма українськими політиками [1].

У ході передвиборчої кампанії 2019 року політтехнологи зрозуміли, що за допомогою соціальних мереж можна досить добре здійснювати вплив на свідомість людей, тому активність політиків у соціальних мережах постійно зростає.

Проте така ситуація не є унікальною, оскільки першою виборчою кампанією, де було потужно використано можливості Інтернету, була передвиборча кампанія Б. Обама. Після його виборів інтернет-комунікації перетворились на важливий інструмент у всіх подальших виборчих кампаніях.

Хоча старі політичні технології під час проведення виборчих кампаній нікуди не ділися (агітаційні плакати, поширення листівок і газет, мітинги, зустрічі з виборцями, використання ЗМІ тощо), все ж таки нові технології довели свою ефективність.

Президентська передвиборча кампанія 2019 року показала, що старі методи із завоювання прихильності виборця вже не користуються такою високою актуальністю, як було раніше.

Інформаційні засоби комунікації виявили тенденцію до «омолодження» інтересу до політики. В результаті проведених досліджень соціологічною компанією «Центр прикладних досліджень» 73%

українців старше 18 років активно цікавляться політикою, а найбільшою електорально активною групою поряд із пенсіонерами і старшими за 55 років є група людей віком 35–44 років. У 2018 році Інтернет як засіб отримання новин вперше випередив телебачення, а Facebook як джерело отримання інформації обігнав традиційні ЗМІ. Так, з Facebook інформацію отримувало 49% виборців, а зі ЗМІ – 43,5% [4].

Висновки. Підсумовуючи вищенаведене, можемо зазначити, що додавання інформаційної складової частини у виборчі технології змінило її функціональність. Інформаційні технології стали потужною складовою частиною виборчих засобів.

В умовах побудови інформаційного суспільства інноваційність виборчих технологій набуває все більшого значення. Інформаційне суспільство поширило інформаційні можливості на політичні технології, а інформаційна складова частина почала набувати принципово іншого значення.

Впровадження інформаційних технологій у виборчий процес дало змогу поступово перейти від маніпулятивного інформаційного впливу, який подається ЗМІ, до застосування адресних виборчих технологій через комунікативні можливості. Підвищення попиту на отримання інформації через нові комунікативні засоби сприяє демократизації виборчого процесу в Україні, підвищує рівень політичної культури та свідомості населення.

В умовах високого рівня недовіри до політики та жорсткої конкуренції за кожен голос найбільшу перевагу отримують ті кандидати, які зможуть максимально ефективно використовувати сучасні виборчі технології на основі комунікативних засобів та будуть спроможні створити ефективну адресну стратегію з максимальним використанням прямих контактів з виборцями.

Поширення інформаційних технологій веде до широкого їх використання у виборчих процесах. Через комунікативні засоби виборчі технології зазнали значних змін. Сучасні реалії демонструють, що боротьба за владу відбувається не стільки за допомогою партійних програм, скільки через віртуальні образи та політичні іміджі, які створюються спеціалістами та засобами масової інформації.

Передвиборчі перегони засвідчують переваги інформаційних технологій як ефективного передвиборчого засобу, тому політики все більше схильні до використання інтернет-технологій як засобу впливу на суспільство та боротьбу за електорат.

В перспективі можемо спрогнозувати розширення сфери використання інформаційних технологій у політичному просторі, за допомогою яких буде відбуватися систематичне спілкування політиків та електорату.

Через це необхідним є продовження наукових досліджень у цьому напрямі, оскільки в подальшому не лише політична боротьба буде збільшуватися, але й будуть залучатися все нові інформаційні технології до виборчого процесу.

Chubatenko O. Trends in developing election technologies in Ukraine

The article says that in Ukraine in recent years there has been a rapid development of political technologies, including the electoral ones. This was the result of a profound reform of the political system. In order to gain power, political forces began adopting the experience of other democracies and borrowing technologies that could help them succeed in the election process. Although election technologies are a relatively new phenomenon, they are designed to ensure the most important area of interaction between the state and civil society through the election procedure - the transfer of power to the members of society through the elections.

The article says that an important place among other election technologies is occupied by information ones, as they can be an effective tool for managing the consciousness of the masses, therefore the peculiarity of the modern election process is technology and digitalization of preparation methods, organization and conduct of election campaigns.

Skillful use of information technology has allowed take the relationship between candidate politicians and potential voters to a new level, transforming them into a partnership. It is mentioned that modern opportunities let address voters directly, but not everyone in general. The efficiency of political slogans increases when they are not addressed to all people at once, but are distributed depending on the target groups of individuals, their interests and needs.

The article highlights the statistics on social networks, which have turned into an effective tool for the struggle for voters in 2019 in Ukraine. It is said that the Internet as the means of obtaining information in 2018 for the first time ahead of television.

The advantages of information technologies as an effective election tool are given. The expansion of the scope for using information technologies in the political environment is projected, by means of which there will be a systematic communication between the politicians and the electorate.

Key words: political technologies, election technologies, targeted election technologies, election campaign, social networks, Information society.

Література:

1. Діджитал-кампанія. Як кандидатуру Зеленського просувають за допомогою сучасних технологій. *Нв*. URL: <https://nv.ua/ukr/ukraine/politics/didzhital-kampaniya-yak-kandidaturu-zelenskogo-prosuvayut-za-dopomogoyu-suchasnih-tehnologiy-50009555.html>.
2. Кількість українських користувачів Instagram за рік збільшилася на 50 відсотків. *Дзеркало тижня*. URL: https://zn.ua/ukr/TECHNOLOGIES/kilkist-ukrayinskih-koristuvachiv-instagram-za-rik-zbilshilasya-na-50-vidsotkiv-306701_.html.
3. Макаренко Л. Тенденції розвитку виборчих комунікацій. *Гілея*. 2015. № 103. С. 364–367.
4. Новые рейтинги: Тимошенко отрывается от Порошенко, Зеленский выходит на 3-е место. *Центр прикладных исследований. Консалтинговая компания*. URL: <https://cpd.com.ua/ru/reitingi-kandidatov-v-prezidenty>.
5. Петров О. Социологические пиар-технологии в политике. Киев, 2007. 288 с.
6. Поліщук І. Виборчі технології: сутність та різновиди. *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія*. 2015. № 4. С. 106–112.
7. Поліщук І., Моторнюк Т. Поняття «виборчі технології»: основні концептуальні підходи. *Вісник Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого. Політологія*. 2011. № 7. С. 189–200.
8. Свекла К. Функціональні особливості виборчих технологій та їх вплив на масову свідомість. *Актуальні проблеми політики*. 2015. № 56. С. 219–227.
9. Телевізор VS соцмережі: як нові технології утверджуються у політиці. *Lb.ua*. URL: https://lb.ua/news/2019/05/02/425926_televizor_vs_sotsmerezhi_yak_novi.html.
10. Тоффлер Е. Третя хвиля. Київ : Видавничий дім «Всесвіт», 2000. 480 с.
11. Bell D. The Social Framework of the Information society. Oxford, 1980.
12. Machlup F. The Production and distribution of Knowledge in the United States. Princeton, NJ : Princeton University Press, 1962.
13. Masuda Y. The Information Society as Postindustrial Society. Wash. : World Future Soc., 1983.