

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ПЕРЕБІГ ВИБОРЧИХ КАМПАНІЙ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті досліджено та описано вплив і роль соціальних мереж під час політичних кампаній.

Ключові слова: соціальні мережі, виборча кампанія, політика, політичні технології.

Abstract

The article examines and describes the influence of social networks on the course of political campaigns.

Key words: social networks, election campaign, politics, political technologies.

У сучасному інформаційному світі соціальні мережі стали осередком громадянського суспільства, де формується громадська думка, формуються новини. Практика свідчить, що соцмережі конкурують із друкованими ЗМІ та телебаченням. Що стосується впливу соціальних мереж на перебіг виборчих кампаній, то нині вони відіграють вирішальну роль. Громадянин здійснює свій електоральний вибір під впливом різних факторів: інформація у ЗМІ, агітаційна діяльність кандидатів, партій, найближче оточення (сім'я/робота/друзі), а останнє десятиліття до цього переліку додався розвиток соціальних мереж. Соціальні мережі, наприклад як Facebook, дозволяють скоротити дистанцію між політиком та виборцем, сформувати механізми зворотного зв'язку, стати новим горизонтальним комунікаційним середовищем. Політична реклама також поступово переходить із зовнішніх носіїв та «блакитних екранів» у віртуальний простір, через свою доступність та можливість точково досягти потрібної аудиторії (вікові, географічні, матеріальні обмеження тощо) [1].

Виборчі кампанії в Європі та США останніх років демонструють, що соціальні мережі широко використовуються для онлайн-агітації: взаємодія з електоратом, збір коштів на кампанію, формування політичного іміджу, розміщення політичної реклами. Серед основних переваг роботи із соціальними мережами під час виборчої кампанії є: легкість і швидкість публікації інформації; швидкий зворотний зв'язок; низькі фінансові витрати на рекламу (у порівнянні із розміщенням на зовнішніх носіях та ЗМІ); широке охоплення політично активної аудиторії, яка без централізованого впливу, через своїх «лідерів думок», може проводити агітаційну діяльність; постійне збільшення аудиторії користувачів; ефективний канал оперативного інформування виборців про важливі події, особисті зустрічі, політичні заходи, акції та протести; яскрава платформа для самопрезентації політиків та формування їх політичного іміджу; відсутність цензури. Горизонтальна структура соціальних мереж розкриває нові можливості для взаємодії громадян, інформаційні платформи дозволяють як обмінюватися, так і створювати політичний контент із вільним доступом, надають змогу пошуку однодумців. Спілкування громадян з політиками через соціальні мережі дозволяє створити відчуття причетності до процесу ухвалення політичних рішень.

У результаті, соціальні мережі під час виборчої кампанії виконують такі функції:

- 1) інформаційну (розповсюдження відомостей стосовно політиків та політичних партій);
- 2) комунікаційну (організація взаємодії з виборцями, що дозволяє оперативно визначити ставлення до кандидата);
- 3) іміджеву (формування іміджу кандидатів/партій);
- 4) рекламну та маркетингову (поширення політичної реклами, пошук цільової аудиторії, електорату);

5) мобілізаційну (мобілізація прихильників прийти й проголосувати на виборах, залучення виборців до протестних акцій);

6) соціалізації (проведення соціологічних опитувань, залучення виборців до ухвалення рішень);

7) контролю за проведенням виборчої кампанії (оперативне інформування громадян щодо проведення підрахунку голосів, дотримання процедури підрахунку, захист результатів).

Стосовно негативного аспекту впливу соціальних мереж на перебіг виборчих кампаній, варто згадати виникнення політичних інформаційних воєн, як усередині держав, так і між ними. Політики винаймають собі армії інтернет-ботів, які розповсюджують замовну інформацію, неправдиві чутки, матеріали, що компрометують суперників, і навпаки – здійснюється оплачуване «позитивне» коментування за окремих кандидатів. Держави через соціальні мережі можуть здійснювати «зовнішній» вплив на перебіг кампанії, як позитивний (заклик до чесних виборів, спостереження за дотриманням виборчих процедур), так і негативний (вірусні атаки, несанкціоноване втручання, розміщення фейкових новин для маніпулювання громадською думкою). Подібний віртуальний простір передбачає плюралізм думок без цензури, однак з браком системності, великою кількістю оцінювальних суджень, радикалізмом та імпульсивністю, що не властиво суспільству оффлайн. До того ж законодавча неврегульованість віртуального простору в різних країнах дозволяє обходити обмеження щодо використання коштів із виборчих фондів та здійснювати «накрутку» рейтингів популярності сторінок.

В США та західній Європі популярність мережі інтернет досягла того рівня, коли політик не має можливості не зважати на неї як на визначний чинник побудови власного іміджу. Свідомством тому стали вибори в США 2008 року, коли Б. Обама показав всьому світові вдалий приклад побудови передвиборної кампанії в мережі інтернет.

В Україні популярність мережі інтернет зростає з кожним місяцем. Серед молоді використання мережі вже досягло значного рівня. Але все ще існує проблема незначної популярності мережі в селах (через відсутність технічних можливостей) та серед людей близького до похилого віку. Незважаючи на перераховані перепони на шляху до інформатизації українського суспільства завдяки мережі інтернет, все ж існує перспектива використання її як політичного інструменту. Українські політики вже мають досвід використання соціальних мереж як засобу зв'язку з власними виборцями та створення власного іміджу. Але жодний політичний інтернет проект на теренах України ще не досяг належного професійного рівню, тому вбачається багато негативних наслідків, які інколи переважають позитивні.

Для покращення використання соціальних мереж українськими політиками як політичного інструменту, необхідно проводити ґрунтовне дослідження в кожному окремому випадку, аналізуючи аудиторію, її потреби та наслідки власних дій. Ця сфера політичної діяльності потребує глибокого аналізу та засвоєння досвіду зарубіжних політиків. Інформатизація суспільства та поглиблення використання новітніх технологій призводять до демократизації суспільства та процесів, що відбуваються в країні. В залежності від мети і прикладених зусиль, ці обставини можуть принести як значні вигоди політиці, так і значні втрати. Результат залежить від глибини розуміння контексту.

Висновки

Використання соцмереж як інструменту в політичній діяльності має свої переваги і недоліки. До плюсів варто віднести можливість інтерактивного спілкування політика з широким загалом, отримання зворотного зв'язку щодо власних дій та можливості витратити на інтернет рекламу значно менші кошти, ніж на телевізійну чи зовнішню, отримуючи при цьому значну перевагу. До мінусів використання соцмереж політиками з метою власної популяризації, можна віднести ризик створення несерйозного іміджу, перетворення необережних дій в мережі на власну антирекламу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Денисюк С. Г. Засоби масової інформації як трансформаційний чинник сучасної політичної комунікації. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 22 : Політичні науки*

та методика викладання соц.-політичних дисциплін [відп. ред. О. В. Бабкіна]. - Київ: Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2010. Вип. 5. С. 118–123.

2. Роль соціальних мереж у виборчих кампаніях. URL: <https://www.oporaua.org/article/vybory/vybory-prezydenta/vybory-prezydenta-2019/17987-rol-sotsialnikh-merezh-facebook-u-viborchikh-kampaniiakh>

3. Медведчук, М. Інтернет-технології як інструмент формування іміджу кандидата під час виборчих кампаній. *Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї*. Київ. 2009.

4. Янченко А. Соціальні медіа як елемент політичної комунікації. *Політичний менеджмент*, (1-2). 2013. С. 153-163.

5. Вплив соціальних мереж на політичну стабільність держави. URL: <http://journals.iir.kiev.ua/index.php/apmv/article/viewFile/1880/1649>

Копиця Вадим Олександрович – студент групи ІІСТ-17б, факультету комп'ютерних систем та автоматики, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, vadym.kopytsia@gmail.com

Науковий керівник: **Денисюк Світлана Георгіївна** – доктор політичних наук, професор, проректор з науково-педагогічної роботи і соціальних комунікацій, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: svetadenisiyk@gmail.com

Kopytsia Vadym – student of ІІСТ-17b, Faculty of Computer Systems and Automation, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, vadym.kopytsia@gmail.com

Supervisor: **Denysiuk Svitlana** – Doctor of Politician science, professor, vice-rector for scientific and pedagogical work and social communications, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: svetadenisiyk@gmail.com