

Интернет, выборы и формирование электронной культуры

ПОНИМАНИЕ особенностей современной эпохи как эпохи информационной предполагает выявление сфер жизнедеятельности общества, которые в наибольшей степени изменились под влиянием новой информационной ситуации. Самой главной среди них, несомненно, выступает сфера человеческого общения. Никогда ранее коммуникационные пространство не было столь широким, в прямом смысле глобальным, никогда не было возможности не только услышать собеседника, но и увидеть его, даже если он находится на другом континенте. Никогда в прошлом и человека не было шансов перевоплотиться в виртуальную фигуру, проживающую иную, но по-своему насыщенную жизнь в виртуальном же пространстве. Все это, как и многие другие, дали людям современные информационные технологии.

Новое пространство

При этом надо учитывать, что в изменившейся информационной обстановке никогда не исчезло простое правило «do, ut des» — «даю, чтобы ты дал». Эта формула римского права, установившая правовые отношения между двумя лицами, выросла из практики принесения даров к верховным богам. Но в более позднее время она приобрела универсальный характер, выйдя за рамки того, что Гуго Гроций в трактате «О праве войны и мира» относит к видам частных правых сделок римских юристов, — «даю, чтобы ты дал», «даю, чтобы ты сделал», «делаю, чтобы ты сделал», «делаю, чтобы ты дал». Практика взаимодействия людей зиждилась на том, что, получив что-либо, следовало отдать что-либо взамен или сделать что-либо в ответ. Такая практика по мере становления западного общества распространилась и на отношения человека к объектам труда и природы. На ее основе уже в XIX веке формировались различные общественные организации, идеологи которых понимали всеобщность правила «do, ut des».

В конце XX столетия возникло новое пространство, оказавшее сферой действия той же универсальной формулы. Это пространство Интернета. Давая людям информационные технологии, само это пространство стало предъявлять определенные требования ко всем его пользователям. Во-первых, от них требовалось знание и навыки работы во Всемирной сети. Во-вторых, оказалось необходимым принять ряд условий, лежащих в основе идеи Интернета, — открытость и прозрачность, свобода высказывания мнений, молниеносность реакции на любые изменения в реальном и виртуальном мире. Эти условия изначально продиктованы самой технологией сети, которая сводит на нет всякую цензуру, давая ее пользователи возможность выступать как в роли потребителя, так и в роли источника информации одновременно с невиданной до этого скоростью передачи данных аудитории, но ограниченной их количеством, ни географически. И в-третьих, пользователи должны были осознавать особенности функционирования Интернета, оперируя в данном пространстве, необходимо постоянно быть готовым к возникновению новых рисков и вызовов.

Сверхоинтернет очевидно, что выполнение отмеченных требований привело к тому, что подавляющее большинство пользователей Интернета составила самая активная и обучаемая часть общества — молодежь. Хотя понятие «молодежь» в разных странах и культурах имеет различные возрастные границы, применительно к интернет-аудитории это люди от 16 до 35 лет, именно эта возрастная группа наиболее активна в веб-пространстве. По данным исследования в данном случае подразумевается не только количество времени, проведенное в сети, но и число посещаемых интернет-источников.

В то же время интернет-культура не изолирована от общего культурного пространства, включая культуру политическую со всеми ее компонентами. Какое-то из них затрагивают язык узкий слой интернет-аудитории, другие компоненты в определенные моменты



РАСПРОСТРАНЕНИЕ ЭЛЕКТРОННОГО ГОЛОСОВАНИЯ ПРИДАЕТ ВИРТУАЛЬНОСТЬ САМОЙ ПРОЦЕДУРЕ, ЧТО СНИЖАЕТ ДОВЕРИЕ ИЗБИРАТЕЛЕЙ К РЕЗУЛЬТАТАМ ВЫБОРОВ.

становятся знаковыми, позволяющими измерить степень политической активности соиума, представить спектр политических интересов, выявить привлекательные и отталкивающие черты характеров политических лидеров, установить актуальность провозглашения каких-либо лозунгов и пр. И именно выборы с набором присутствующих избирательных технологий позволяют увидеть, насколько глубоко в современное общество проникли элементы интернет-культуры, на глазах меняющие политическое поведение и электронную культуру граждан — пользователей Интернета.

Выделим несколько ведущих линий, связывающих интернет-культуру и культуру электронную. Первая из них — использование Интернета для получения или передачи информации об избирательном процессе в самом широком понимании. Это относится и к процессу выдвижения и регистрации кандидатов, и к донесению до избирателей информации об избирательных кандидатах, и к возможности избирателя обсудить любую кандидатуру. Вторая линия — совершенствование скрепляющих общество демократических процедур, существующих в арсенале его взаимодействия с различными ветвями власти. Третья линия — приращение уровня взаимодействия в обществе прозрачного характера. Применительно к выборам следует говорить о прозрачности избирательного процесса.

В политическом и социально-экономическом ракурсе важно видеть прозрачность в борьбе с коррупцией, что также отражено в названии международной организации, регулярно публикующей рейтинги различных стран по уровню прозрачности их государственной деятельности — Transparency International.

Избиратель онлайн

Еще в 1999 году в США по распоряжению Билла Клинтона был создан специальный национальный фонд для изучения возможностей голосования через Интернет. Анализ открывающихся с помощью новейших информационных технологий возможностей улучшить процедуру выборов, сделать ее удобнее как для кандидатов, так и для избирателей привел специалистов из научно-исследовательского института технологий Georgia Tech Research Institute (GTRI), объединенных в группу Internet Voting Research Team, сразу после президентских выборов в США в 2000 году к выводу о необходимости развивать технологию голосования через Интернет, что должно было способствовать развитию самой сети, так как стала очевидной заинтересованность кандидатов в том, чтобы сделать Интернет доступным для максимально большого числа избирателей-пользователей.

В январе 2001 года корпорация Microsoft и компьютерные компании Dell Computers и Unisys заявили о намерении совместно разработать новую автоматизированную систему голосования для предстоящих в 2004 году президентских выборов в Соединенных Штатах Америки. Этот проект получил название «Система будущего». И действия его разработчиков, и выводы исследователей GTRI во многом отталкивались от успешного эксперимента с электронным голосованием в рамках федеральной Программы содействия культуре граждан (Federal Voting Assistance Program).

Интернет-голосование в качестве эксперимента на выборах в муниципальные органы власти в штатах Аризона, Калифорния и Вашингтон проводилось в ноябре 2000 года, когда он-лайн проголосовало 84 избирателя, находившихся за границей.

На парламентских выборах в Великобритании в 2002 году в ряде графств допускалось электронное голосование. Но идея доступности такого голосования была впервые в широком масштабе воплощена в жизнь не в США или Британии, а в Эстонии, где она возникла в начале 2001 года, а на местных выборах в октябре 2005 года была апробирована.

В Эстонии на законодательном уровне было разрешено проведение голосования через Интернет как одно из средств подачи голосов. Заметим, что сам термин «электронное голосование» может относиться не только к дистанционному голосованию, но и к стационарному, т.е. в кабинете для голосования с использованием электронных устройств фиксации позиции избирателя, но в Эстонии это понятие используется исключительно для определения удаленного голосования через Интернет.

Специалистами выделяются как преимущества, так и недостатки электронного голосования. К позитивной стороне следует отнести возможность увеличения доли избирателей, участвующих в выборах, уменьшение затрат на голосование в отдаленных местностях, увеличение комфортности процедуры голосования для многих граждан (больных, инвалидов, ухаживающих за детьми), ускорение процесса подсчета голосов и повышение точности подсчетов. В то же время нельзя не видеть того, что повсеместное распространение дистанционного электронного голосования придает виртуальность и самой процедуре выборов, а это снижает доверие избирателей к их результатам.

Есть трудности идентификации личности избирателя, подтверждения его избирательных прав, обеспечения тайны голосования. Не исключено неоднократное голосование с использованием процедуры электронного и стандартного голосования, неснесенное в списки избирателей и пр.

Стратификация пользователей

Возможно, с совершенствованием технологий этих рисков будет все меньше, но пока электронное голосование остается лишь одной из форм выражения электорального мнения. А вот другие ресурсы сети оказываются востребованными самыми различными группами лиц, связанными с избирательным процессом. Поэтому выделим несколько групп пользователей Интернета, занимающих различные позиции в ходе выборов, чтобы посмотреть, насколько велика их возможность не просто продемонстрировать свои электоральные интересы и задачи, но и добиться определенного успеха на этом поприще.

Во-первых, группа пользователей, являющихся простыми избирателями. Им должен быть обеспечен свободный доступ к информации о выборах. Этих пользователей интересуют сведения о кандидатах, их избирательных платформах, мнении других избирателей о кан-

дидатах, результаты подсчета голосов. Интернет позволяет им высказать свое отношение к разным аспектам выборов.

Во-вторых, группа потенциальных кандидатов и представителей политических партий и общественных движений, для которых важны знания о политической ситуации в обществе, расклад сил, состоянии в избирательном штабе конкурентов, представлении об особенностях календаря выборов, правил регистрации, финансирования, агитации, отчетности, судебных решений, связанных с различными нарушениями процесса выборов.

В-третьих, группа представителей законодательного корпуса, которые ставят своей целью придание выборов открытого, демократического и прозрачного характера. К этой же группе целесообразно отнести наблюдателей, для которых важны соблюдение законодательства о выборах, процедуры их проведения и подсчета голосов, способы общественного влияния на итоги выборов, формы искажения результатов выборов.

В-седьмых, можно выделить представителей судебного корпуса, которым необходимо знание применения на практике законодательства при рассмотрении спорных вопросов выборов. И наконец, нельзя не отметить группу исследователей, анализирующих поведение избирателей, их электоральные предпочтения, уровень активности на выборах.

ИНТЕРНЕТ ПОЗВОЛЯЕТ ЗАИНТЕРЕСОВАННЫМ ЛИЦАМ ОПЕРАТИВНО ПОЛУЧАТЬ ИНФОРМАЦИЮ НЕОФИЦИАЛЬНОГО ХАРАКТЕРА.

Интернет позволяет им высказать свое отношение к разным аспектам выборов. Во-вторых, группа потенциальных кандидатов и представителей политических партий и общественных движений, для которых важны знания о политической ситуации в обществе, расклад сил, состоянии в избирательном штабе конкурентов, представлении об особенностях календаря выборов, правил регистрации, финансирования, агитации, отчетности, судебных решений, связанных с различными нарушениями процесса выборов. В-третьих, группа представителей законодательного корпуса, которые ставят своей целью придание выборов открытого, демократического и прозрачного характера. К этой же группе целесообразно отнести наблюдателей, для которых важны соблюдение законодательства о выборах, процедуры их проведения и подсчета голосов, способы общественного влияния на итоги выборов, формы искажения результатов выборов.

Энциклопедия:

- Twitter** — социальная сеть, позволяющая пользователям отправлять короткие текстовые заметки (до 140 символов).
- Аватар** — фото или другое графическое изображение, которое используется в учетной записи пользователя для персонализации, самовыражения, облегчения узнавания и поиска владельца аккаунта.
- «Виртуоско» видео** — видео, которое распространяется пользователями Интернета за счет добровольного размещения на своих страницах, ресурсах, а также посредством функции «поделись с другом». Нередко является инструментом рекламы в Интернете.
- Рейтинг** — размещение пользователем у себя в микроблоге записи, изначально опубликованной другим пользователем.

Почему при доступности для большинства этих групп информации о выборах, минуя каналы Интернета, именно Всемирная сеть оказывается необходимой пространством получения сведений о ходе избирательной борьбы? Интернет обеспечивает насыщение такой информации ее важнейшими признаками — оперативностью и точностью. Если с первым признаком соглашаются абсолютно все, то по поводу второго нужны некоторые уточнения, поскольку, как уже говорилось, каждый из интернет-пользователей может выступать как в роли потребителя, так и в роли источника информации, основанной чаще всего на субъективном восприятии реальности.

В то же время происходит изменения и средств, и форм подачи такой информации. Во-первых, помимо различного рода сайтов (официальных, информационных, справочных, коммерческих

и др.), в веб-пространстве появились социальные сети с многомилионными аудиториями. Во-вторых, популярными становятся интернет-источники, передающие информацию в форме коротких текстовых (Twitter и др.) и визуальных сообщений (YouTube, Instagram и др.). Последние не только информативны как текстовые источники, но и намного их превосходят по степени влияния на психику человека и настроению в обществе. Чего стоит одна лишь история с «Невинностью мусульман» в YouTube! Точность и достоверность информации о выборах обеспечивается постоянным обновлением ссылок на действующее законодательство с добавлением комментариев экспертов, членов комиссий, кандидатов, наблюдателей, представителей избирательных кампаний, политологов, журналистов, юристов, публицистов, представителей различных политических движений и пр. Кроме того, наличие неофициальной информации о выборах делает их предметом повседневной культуры, заставляя облекнуть ореол таинственности, который по начальной электоральной практике был присущ выборам, а также в недавнем прошлом отличал тоталитарные режимы.

В условиях демократии в XXI веке ситуация с активностью пользователей социальных сетей по обмену впечатлениями от выборов превращается в ее недавние возможные фантазии.

Так, в 2012 году итогом президентских выборов в США лишь в Twitter было посвящено 20 млн записей. По информации газеты «The Boston Globe» пользователи не только комментировали голосование, но и выкладывали фотографии, так или иначе связанные с выборами, например, избирательных бюллетеней или очереди на участках.

В YouTube было выложено видео, которое стало «вирусным», набрав некое миллионы просмотров. Один из избирателей ялял, как неисправная машина для голосования упорно отдавала голос Митту Ромни, хотя он ставил галочку в пользу Барака Обамы. Короткая запись самого Обамы в Twitter, в которой он сообщил о своей победе («Еще четыре года») и приложил фотографии свои и супруги, набрала более полумиллиона ретвитов только за первые часы. Всего же пользователи Twitter в течение дня голосования отреагировали эквивалентно около 11 тысяч сообщений, посвященных выборам. Более 8 млн пользователей Facebook смогли нужным сообщать, что они приняли участие в выборах.

Слова «Обама», «Ромни», «выборы», «голосуй» и «президент» вошли в десятку самых популярных слов в ночь на среду после голосования. Пользователи сервиса по обмену фотографиями Instagram выложили около 775 тысяч снимков с мест голосования.

Информационный поток

Таким образом, избирательный процесс посредством Интернета расширяет границы для всех, становится школой гражданской ответственности, вырабатывая определенный тип политической культуры.

Он выступает в роли не просто пространства обмена информацией о выборах, а своеобразной свободной трибуны, с которой идет массовый поток информации о выборах. Отличительная особенность этого потока информации в том, что при своей насыщенности он сохраняет свойства персонализации информации, ориентации на определенную позицию по отношению к избирательному процессу любого из интернет-пользователей, желающего об этой позиции заявить.

Возможности Интернета простираются так далеко, что дают пользователям почувствовать вкус к виртуальной жизни, применяя на себя иные социальные роли или, говоря языком Интернета, иные аватары, т.е. графические представления пользователя как двухмерное изображение (иконка) или трехмерная модель.

Можно с уверенностью сказать, что возможности использования интернет-технологий в ходе избирательной кампании практически безграничны. Они способствуют демократизации избирательного процесса и созданию новых форматов взаимодействия и программ кандидатов добровольных помощников кандидатов и наблюдателей, увеличивая число политических активных людей и расширяя традиционный набор форм политической активности. Интернет становится школой для общественно-политических дискуссий, ученик граждан приема политической политики, которая всегда является продуктом своего времени и национальной культуры и в то же время не сохраняет в себе основные принципы политической дискуссии, которые следует считать ценным наследием постоянно преобразующейся мировой культуры.

СПРАВКА

Число пользователей Интернета в России с 2011 по 2013 год выросло с 52 до 62 процентов. Таковы результаты опроса «Левада-центра». Регулярно пользуются сетью 95 процентов студентов, 89 процентов управленцев и 88 процентов специалистов. Среди всех пользователей Интернета 15 процентов — пенсионеры. Опрос показал, что Интернетом пользуются 81 процент респондентов с высшим образованием, 46 процентов — с образованием ниже среднего. Число тех, кто обращается в сеть за последними новостями, за два года выросло с 37 до 42 процентов; 39 процентов пользователей заходят в Интернет для поиска и прослушивания музыки, 38 — идут и смотрят фильмы, 24 — читают книги он-лайн, также 24 процента делают покупки. По данным Фонда «Общественное мнение», доля активной интернет-аудитории — это выходящие в сеть хотя бы раз за

сутки — составляет 43 процента населения, или 50,1 млн человек. Ежемесячная аудитория составляет 64,4 млн человек: 56 процентов этой аудитории — жители городов, население которых составляет не менее 100 тысяч жителей; 15 млн — жители городов-миллионников; 20 процентов пользователей — жители поселков и сел. Лидером по количеству интернет-пользователей является Северо-Западный округ, где ежедневно Интернетом пользуются около 62 процента жителей. Показатели проникновения Интернета на Урале и в Центральном федеральном округе составляют 59 и 58 процентов соответственно. Согласно данным ФОМ основной аудиторией, за счет которой наблюдается проникновение Интернета, являются люди старше 35 лет. XX век принес новое явление — понятие «социальная сеть». Первой социальной сетью, которая имела отношение к компьютерной технике, стала технология электронной почты, появившаяся в 1971 году. Эта технология использовалась военными в сети ARPANet. Позднее, уже в 1988 году, появился Internet Relay Chat, который позволил общаться через сеть в реальном времени. Причиной нового скачка в развитии социальных сетей стало изобретение Всемирной Паутины. Публичный доступ в Интернет появился в 1991 году, а уже в 1995 году была создана Classmates.com — первая социальная сеть в современном значении этого понятия. Эта идея быстро завоевала популярность, и до сих пор сайт Classmates.com остается одной из наиболее популярных и насчитывает более 50 млн пользователей по всему миру. Всемирно известная сеть Facebook появилась в 2004 году. Всего за несколько лет Facebook стал самой востребованной социальной сетью в мире. К концу 2011 года количество активных пользователей Facebook достигло уже 700 миллионов. Постоянное обновление и продолжение новых возможностей сделали социальные сети привлекательными для многих пользователей Интернета.