

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ФОРМИРОВАНИИ ЭЛЕКТОРАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ ГРАЖДАН

### Аннотация

В данной статье рассматриваются различные подходы к определению понятия «электоральное поведение», с целью комплексного понимания проблемы. Произведен анализ конкретных примеров использования информационных технологий в формировании электорального поведения граждан. Констатируется, что конструирование электорального поведения с помощью информационных технологий противоречит одному из принципов демократии — принципу свободного выбора. Проиллюстрировано, что развитие информационного общества неизбежно приведет к трансформации института демократии, в частности изменится логика избирательных процессов.

**Ключевые слова:** электоральное поведение, информационные технологии, демократические выборы.

### Автор

#### Ани Рафиковна Антонян

Аспирантка Российско-Армянского Университета,  
специалист Отдела международных связей  
Общественной телекомпании Армении  
(Ереван, Армения)



Электоральное поведение — совокупность действий и поступков граждан, связанных с осуществлением местных или общенациональных выборов в органы власти, а также их участием в референдумах. Электоральное поведение — поведение людей, связанное с реализацией ими социальных функций избирателей [1].

В политической науке и политической социологии сформировались три основных подхода, по-разному трактующих факторы, определяющие электоральное поведение.

1. Социологический подход основан на признании преобладающего воздействия социальных факторов: социального статуса и социальной среды. Основателями этого подхода считаются А. Зигфрид, С.М. Липсет, С. Роккан, П. Лазерсфельд, Б. Берельсон.

2. Социально-психологический подход, основанный на предположении о

том, что основным фактором, влияющим на голосование, — это партийная или идеологическая идентификация [2].

3. Концепции рационального поведения избирателей, основанные на теории рационального выбора. Их основная идея заключалась в том, что избиратели голосуют за ту политическую силу, которая, по их мнению, способна предоставить им выгоды больше, чем любая другая [3].

Ни один из трех подходов не дает комплексного представления об электоральном поведении, поэтому в последние десятилетия исследователи предпринимают попытки создать интегративные модели этого процесса, которые включали бы разнообразные факторы.

Новые тенденции привели к появлению категории «нового избирателя», по результатам исследований составившего около 10–15% всего электо-

рата развитых демократий. Эта группа характеризуется, в первую очередь, нестабильностью **политических ориентаций** и предпочтений, несмотря на регулярное участие в голосовании. Но именно данная группа предопределяет исход электорального процесса. Знаменитый американский экономист, автор теории «Черного лебедя» Нассим Талеб убежден, что исход событий предопределяет меньшинство, 4% населения могут изменить мир [4. — С. 197].

Французский философ-постмодернист Жан Бодрийяр в работе «В тени молчаливого большинства, или Конец социального» констатирует, что в современном мире исход всех политических и социальных процессов предопределяет именно меньшинство: «Не стоит ли задуматься над тем странным обстоятельством, что после многочисленных революций и сто- или даже двухсотлетнего обучения масс политике, несмотря на активность газет, профсоюзов, партий, интеллигенции — всех сил, призванных воспитывать и мобилизовывать население, все еще (а точно такой же ситуация будет и через десять, и через двадцать лет) только лишь тысяча человек готова к действую, тогда как двадцать миллионов остаются пассивными» [5. — С. 96].

Исходя из этого теоретического убеждения, современные политические технологи анализируют механизмы конструирования политического и электорального поведения именно «нового избирателя», составляющего около 10–15% всего электората развитых демократий. В качестве инструмента конструирования политического и электорального поведения особую роль играют информационные технологии. В научной литературе существует множество подходов, по-разному определяющих понятие «информационные технологии». В рамках данной работы мы будем руководствоваться определением М. Кастельса, который рассматривает данную категорию сле-

дующим образом: «Информационная технология — система взаимосвязанных методов и способов сбора, хранения, накопления, поиска, обработки информации на основе применения средств вычислительной техники» [6. — С. 492–493].

В контексте конструирования электорального поведения особое внимание следует уделить **обработке информации** с помощью информационных технологий. Обработка позволяет не просто составить представление о личностях электората, но и создать их полноценный профиль, где указаны убеждения, особенности характера, предпочтения, интересы и многое другое. Именно такой анализ дает возможность для эффективного **микротаргетирования электората**.

В этом контексте следует рассмотреть достаточно известный скандал касательно анализа данных Cambridge Analytica. Анализируя большие данные, Cambridge Analytica выстраивала психологическую карту пользователей Facebook, выделяя, какие мотивации могут повлиять на поведение отдельных пользователей. Исходя из этого, алгоритм доносил адресную политическую рекламу, эффективным образом влияющую на электоральное поведение.

Согласно информации The Observer существуют вполне обоснованные данные, что такой же механизм был задействован в ходе Брекзита, чей итог определил участие прежде бездействующего политического меньшинства. С помощью информационных технологий был осуществлен психографический маркетинг, за счет которого политически апатичное меньшинство было мотивировано на участие в электоральных процессах.

Формирование информационного общества как нового типа социальной организации естественным образом предопределяет начинающуюся трансформацию социальных и поли-

тических коммуникаций и институтов. При переходе к информационному обществу происходит трансформация как социально-экономической, так и общественно-политической организации общества, а также структурное изменение властей, в результате чего информационный фактор становится существенно более значимым в социальном и политическом регулировании [6. — С. 7].

Следовательно, демократический институт под воздействием информационных технологий также трансформируется. В данном случае под воздействием информационных технологий дискредитируется один из важнейших инструментов демократического управления — выборы. А.Х. Халитова отмечает, что выборы обретают тенденцию превращения в действенный институт народовластия, основную форму политического участия, в способ реализации субъективных политических прав граждан. [7].

А.А. Бучин полагает, что выборы есть **«сознательная деятельность** определенного круга граждан по делегированию своих властных полномочий органам публичной власти либо должностным лицам, важнейшая форма

участия их в управлении государством» [9]. Конструирование электорального поведения через микротаргетирование граждан противоречит идее сознательного выбора. Вышеизложенный анализ конкретных примеров использования информационных технологий в формировании электорального поведения граждан демонстрирует уязвимость института прямых выборов. Если крупные корпорации отслеживают миллионы или даже миллиарды людей, а собранная информация в форме электронных данных может интерпретироваться машинами, можно предположить, что технологии позволяют предопределить исход любого политического процесса. Учитывая, что международные правозащитные организации и политологическое сообщество обоснованно указывают на технологические угрозы либеральной демократии, можем утверждать, что в обозримой перспективе институт прямых выборов существенно изменится: будет введен институт выборщиков, представители которого станут соответствовать определенным требованиям либо будут обладать «психологическим иммунитетом» к информационно-технологическому воздействию.

### Литература

1. Терминологический словарь библиотекаря по социально-экономической тематике. — СПб.: Российская национальная библиотека, 2011.
2. *Lipset S.* Cleavage Structures, Party Systems and Voter Alignments. An Introduction / S. Lipset, M. Rokkan // Party Systems and Voter Alignments. — N.Y.: The Free Press, 1967.
3. *The American Voter* / A. Campbell et al. — N.Y.: John Wiley and Sons, 1960.
4. *Талев Н.Н.* Рискают собственной шкурой. Скрытая асимметрия повседневной жизни. — 1-е изд. — М.: Колибри, 2018. — 384 с.
5. *Baudrillard J.* A L'ombre des Majontes Silencieuses, ou la Fin du Social. — Paris: Editions DENOEL, 1982; Перевод с французского Н.В. Сулова. — Центр гуманитарных технологий. — URL: <https://gtmarket.ru/library/articles/125>.
6. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. — М.: ГУ ВШЭ, 2000. — С. 492–493.
7. *Абдеев Р.Ф.* Философия информационной цивилизации: Диалектика прогрессивной линии развития как гуманная общечеловеческая философия XXI века. — М.: ВЛАДОС, 1994. — С. 7.
8. *Халитова А.Х.* О политологическом понимании понятия «выборы» // Вестник ТГГПУ. — 2006. — № 5. — С. 56–61.
9. *Бучин А.А.* Конституционные функции выборов в современной России: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. — Саратов, 2008. — 25 с.