

**Ірина Сєкунова,**

в. о. мол. наук. співроб. інформаційно-аналітичного  
відділу Фонду президентів України НБУВ

## **ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСИ ЯК ДЖЕРЕЛА ДОСЛІДЖЕННЯ ПРЕЗИДЕНТСЬКИХ ВИБОРІВ**

У статті розглянуто особливості відображення та репрезентації президентських виборчих кампаній у мережі Інтернет, а також проаналізовано ряд інтернет-ресурсів як джерел надання необхідної інформації в дослідженні виборчих процесів.

*Ключові слова:* Інтернет, вибори, інтернет-ресурс, веб-портал, президентські вибори.

Вибори є важливим кроком до впровадження норм і процедур демократичної системи, а також механізмом демократичного розподілу влади. В умовах формування демократії вільні та справедливі вибори стають найбільш реальною можливістю для процесів реформування суспільства. Вони змушують політичних гравців шукати шляхи легітимізації, спричиняють масові дискусії щодо перспектив реформ, виявляють суперечності, конфлікти, лінії суспільного розколу, дають змогу суспільству в цілому сформулювати свої потреби, каталізують активні форми протесту проти порушення прав і свобод виборців.

Вибори через свою масовість не дають більшості виборців можливості для змістовної особистої комунікації з кандидатами, які балотуються на певний пост. Тому основна боротьба передвиборних перегонів фактично переноситься зі сфери реальної соціальної дії в інформаційний (віртуальний) простір. Так, в умовах всебічної інформатизації суспільства виборчий процес неминуче стає частиною всього інтернет-простору соціальних комунікацій.

Сьогодні інтернет-ресурси є одним з важливих елементів будь-якої маркетингової стратегії. Повною мірою це стосується й позиціонування політичних лідерів та організацій під час виборчих кампаній. Перемога більшості кандидатів на президентських виборах показала, що просування в Інтернеті стає найважливішою умовою соціального успіху. Інтернет створює лідерів і допомагає їм перемагати. Масштабне просування

в реальному житті стає вкрай важким без накопичення ресурсів впливу в Інтернеті. Тому вагому частку в дослідженні президентських виборчих кампаній на сьогодні становлять саме інтернет-ресурси як джерело необхідної інформації про результати та специфіку просування того чи іншого виборчого процесу.

Сама традиція виборності вищого керівництва сягає ще доби військової демократії. Зрозуміло, що в умовах історично тривалого переважання монархій цей принцип міг стосуватися лише колегіальних представницьких органів. Утім, з утвердженням у більшості країн світу республіканської форми правління він почав поширюватися й на інститут глави держави. Загальні вибори найвищого посадовця покликані були «безболісно замінити традиційну легітимність монарха («божественне право») «раціонально-правовою» (М. Вебер) легітимністю «першої особи» – президента (мандат, отриманий від виборців за результатами їхнього волевиявлення)» [4]. До того ж надалі поступове усунення різноманітних обмежень у наданні виборчого права (для незаможних громадян, жінок тощо) перетворило обрання і представницьких інституцій, і глави держави на справді всенародну справу.

Широка народна підтримка потенційно дає змогу главі держави виступати арбітром у партійному суперництві й соціальних конфліктах, по суті замінюючи монархічного правителя в умовах республіканського урядування. Власне, обираючи президента республіки загальним голосуванням, громадяни в ідеалі самі визначають долю своєї країни. Зрештою, цей очевидний плюс всенародного обрання лідера країни (якщо голосування чесне та справедливе) ніхто не піддає сумніву. Навіть такий критик президентської системи, як Х. Лінц, констатує: «Президентські вибори справді пропонують безперечну перевагу, даючи людям змогу відкрито й прямо обирати главу своєї виконавчої влади» [5].

Джерельну базу дослідження, присвяченого темі використання мережі Інтернет у президентських виборах, становлять практично лише інтернет-ресурси, адже літературні джерела з даного напрямку дослідження майже відсутні. Дотичними в розгляді даних питань можна вважати роботи Х. Лінца О. Баркової, О. Семченка, О. Заславської та ін.

Метою даної статті є аналіз та загальна характеристика інтернет-ресурсів президентських кампаній як інформаційних репрезентантів виборчих процесів.

Інтернет міцно увійшов у життя як засіб спілкування, поширення та пошуку інформації. Це один з найбільш стрімко генеруючих засобів інформації. Онлайнві ресурси відображають процеси, що відбуваються в суспільстві, у тому числі й вибори. Стосовно останніх, учасників ви-

борчого процесу (таких, що мають і не мають доступу до Інтернету) можна розбити на декілька груп, залежно від того, яке місце їм належить у виборчому процесі, яку інформацію вони отримують з вільних джерел. Наприклад, під час президентських кампаній виборців цікавить інформація про кандидатів, їх платформи, результати підрахунку голосів; потенційних кандидатів цікавить політична ситуація в суспільстві, розстановка сил, конкуренти, календар виборів, правила реєстрації, фінансування, агітації, результати, судові рішення тощо; законодавців цікавить стан законодавства за кордоном, у країні, у регіонах, судова практика; журналістів цікавить інформація про кандидатів, свіжі новини, правила висвітлення виборчих кампаній, правила проведення агітації; виборчі комісії цікавить законодавство, календар виборів, конкретні процедури проведення виборів та підрахунку голосів, права та обов'язки кандидатів, спостерігачів, журналістів, виборців; спостерігачів цікавить законодавство про вибори, процедури проведення виборів, способи впливу на результати виборів та способи їх фальсифікації; суддів цікавить практичне застосування законодавства, судова практика, спірні питання виборів; громадські та некомерційні організації цікавить загальний стан процесу, виборчі платформи кандидатів, будь-яка інформація, що дає змогу оцінити корисність того чи іншого кандидата для майбутнього країни й суспільства.

У процесі дослідження президентських виборчих кампаній найважливішими ознаками інформації є точність та оперативність. Тому найбільшу користь для дослідника становлять такі дані: інформація про виборчі комісії та місця для голосування; стрічка новин; чинне законодавство; коментарі експертів, членів комісій, кандидатів, спостерігачів; ступінь відкритості виборчого процесу; максимально точні дані результатів виборів; звіти спостерігачів; думки кандидатів, що програли тощо. До і після виборів інформацію можна знайти в Інтернеті в багатьох місцях, вона різна залежно від того, хто її подає. У цьому плані до найбільш поширених інтернет-ресурсів про президентську виборчу кампанію належать:

– веб-сайти громадських об'єднань та партій: надають детальну інформацію про свою діяльність, ініціативи та своїх кандидатів, проводять форуми й обговорення. Після виборів інформація або афішується, або видається;

– сайти кандидатів: кожен кандидат перед виборами намагається створити якщо не власний сайт в Інтернеті, то хоча б персональну сторінку. Головна мета сайту – показати інтернет-аудиторії кандидата з найкращого боку. Як правило, вони зникають у день виборів і після кампанії не оновлюються й не зберігаються. Яскравим прикладом всебічної репрезентації своїх політичних поглядів та ідей став президент США Б. Обама,

якого журналісти під час передвиборної кампанії навіть прозвали «кандидат 2.0» і який своєю перемогою неабиякою мірою зобов'язаний безпрецедентній кампанії з просування в Інтернеті.

Б. Обама обрав найбільш ефективний підхід до спілкування в Інтернеті, створивши персональну лідерську соціальну мережу, присвячену майбутнім виборам. Учасники його мережі самостійно організовували різні заходи, активно брали участь у кампанії свого лідера. Персональна соціальна мережа багато в чому допомогла Б.Обамі мобілізувати потенціал прихильників і успішно провести виборчу кампанію. На думку деяких дослідників, «світова політична історія тепер ділитиметься на періоди до і після президентських виборів 2008 р. у США» [1]. Тепер багатьом у статусній еліті різних країн світу зрозуміло, що активна робота з просування в Інтернеті – неминуча умова досягнення успіху;

- сайти інформаційних агентств, PR-агентств: подають інформацію у стислому вигляді, найчастіше у вигляді коротких новин, щоденно новини збираються в архів або ж стають доступними лише за кошти;

- сайти дослідницьких організацій: публікується аналітична інформація про вибори, кандидатів та політичний стан суспільства. Як правило, у відкритий доступ подаються результати тільки тих опитувань, замовник яких зацікавлений в їх оголошенні (лідуючий кандидат, партія, блок);

- сайти некомерційних організацій: тут можна знайти аналітичні статті про вибори та деяку загальну інформацію, специфіка якої визначається сферою діяльності даної організації.

Також особливою популярністю серед дослідників користується так звана «Електоральна географія 2.0» (<http://www.electoralgeography.com>). На даному веб-порталі можна ознайомитися не лише з новинами про майбутні президентські вибори в інших країнах, а й переглянути архів минулих виборчих кампаній як у своїй країні, так і за кордоном. Окрім цього даний інтернет-ресурс вирізняється цілим рядом корисних посилань на інші онлайнові матеріали стосовно тематики проходження виборчих процесів у країнах світу. Серед них можна виокремити такі: ([http://www.nsd.uib.no/european\\_election\\_database](http://www.nsd.uib.no/european_election_database)) Вибори та референдуми в Європі; [<http://antibafflegab.wikispaces.com> (Antibafflegab)] сайт з акцентом на вибори у Великобританії, але є інформація й про інші країни; (<http://www.wahlen-heute.de>) «Вибори сьогодні» – німецький сайт, який містить електоральні новини, інформацію, статистику, карти; [<http://dodgson.ucsd.edu> (Lijphart Elections Archive)] – бібліотечні ресурси щодо виборів у розрізі адміністративних одиниць; [<http://www.politicsresources.net> (Elections and Electoral Systems by Country)] – збірка посилань на електоральні ресурси по країнах; [[146](http://www.electionguide.</a></p></div><div data-bbox=)

org (IFES Election Guide)] – останні результати виборів з коротким чітким описом; <http://www.electionresources.org> Election Resources on the Internet – колекція посилань на ресурси щодо виборів, електоральна статистика; (<http://www2.essex.ac.uk/elect/database/constituency.asp>) результати виборів у розрізі адміністративних одиниць у декількох країнах Східної Європи та ін [3].

На сьогодні більшість інтернет-проектів виборчих кампаній зазвичай мають іміджевий або комерційний характер. Тобто більше працюють на підвищення статусу лідера, реалізацію його соціальних завдань і приносять йому матеріальний прибуток. Поряд з цим напередодні президентських виборів посилюється роль незалежних інформаційних ресурсів, що функціонують у мережі Інтернет. Такі інтернет-портали об'єднують центральні, регіональні та міські веб-ресурси, здатні надати широкому загалу об'єктивну інформацію про перебіг виборчих перегонів, забезпечити інтерактивний обмін інформацією та координацію дій місцевих громад у межах країни. Розгалужені веб-портали, безпосередньо задіяні у виборчому процесі, можуть значною мірою сприяти його демократичності й прозорості. В Україні, наприклад, портал ([www.osr.com.ua](http://www.osr.com.ua)) та його складова – проект «Українські міста в Інтернеті» ([www.cityukraine.osr.com.ua](http://www.cityukraine.osr.com.ua)), що були впроваджені Інститутом трансформації суспільства (ІТС), має необхідні інтелектуальні та технічні можливості, аби безпосередньо долучатися до виборчого процесу.

Під егідою даного інституту в 2004 р. було створено інтернет-ресурс – веб-портал «Президентські вибори 2004: народ має знати правду» ([www.vyboru.osr-ua.info](http://www.vyboru.osr-ua.info)). Він став інтегральним продуктом, що містить: офіційну інформацію стосовно виборчого процесу та кандидатів у Президенти України; календар виборів; оперативні новини про перебіг виборчої кампанії (акції, події, виступи, інтерв'ю); матеріали опитувань громадської думки та рейтинги довіри до кандидатів; найцікавіші аналітичні матеріали, статті, коментарі; у розділі «Світ про UA-вибори» подається моніторинг закордонних мас-медіа про президентську кампанію в Україні 2004 р.; у розділі «Голоси з діаспори» представлено погляд української діаспори на перебіг виборчого процесу [6].

Портал об'єднав в єдину мережу сайти 28 міст України, у кожному з яких було розміщено інформаційний модуль «Президентські вибори-2004», що мав такі структурні елементи: законодавство; кандидати; виборча комісія; календар виборів; події в місті. Інформацію про передвиборну ситуацію в кожному з 28 міст України було розміщено як на міських сайтах, так і на порталі в загальному розділі «Українські міста у вирі виборів». Значну частину інформаційного наповнення цих сайтів

становили найактуальніші та постійно оновлювані матеріали про особливості проходження виборчої президентської кампанії 2004 р. у містах України.

Веб-сайт «Вибори Президента України-2004» (<http://elections.ukrinform.com>), за оцінками експертів, увійшов до десяти найвідвідуваніших на період виборів. На ньому розміщено понад 6 тис. текстових та фотоматеріалів агентства українською, російською та англійською мовами, що висвітлюють передвиборну кампанію, перебіг виборів Президента України та розвиток подій за їх результатами. На сайті також можна переглянути фото, список зареєстрованих ЦВК спостерігачів, добірки «Теледебати» та «VIP-голосування» [2].

Значною інформаційною наповненістю в період президентських виборів 2010 р. вирізнявся веб-сайт «Вибори Президента України-2010» (<http://elections2010.ukrinform.ua>), який за період з листопада 2009 р. по лютий 2010 р. зібрав понад 3,5 тис. найактуальніших інформаційних та фотоматеріалів Укрінформу, а також інших провідних українських ЗМІ, опублікованих у розділах «Новини», «Фотоновини», «Інтерв'ю», «Коментарі», «Експертна оцінка», «ЗМІ та вибори», «Календар подій», «ЦВК повідомляє», «Прес-центр», «Законодавство», «Історичний ракурс», «Корисні посилання». Сайт містить вичерпну інформацію про всіх кандидатів виборчих перегонів (біографія, програма, декларація, результати голосування), повні результати екзитполів, офіційні дані ЦВК за підсумками голосування. Інформаційне наповнення вичерпно презентує безпосередньо система розділів сайту: новини (новини, фотонвини, прес-центр, календар подій); аналітика (інтерв'ю, коментарі, ЗМІ та вибори, експертна оцінка, законодавство, історичний ракурс, корисні посилання); кандидати; спостерігачі (громадські, країн СНД, інших країн); виборці (форуми, опитування, думки); ЦВК (ЦВК повідомляє, склад ЦВК, секретаріат, сайт ЦВК); результати (екзит-поли I і II туру, явка виборців I і II туру, результати I і II туру, остаточні результати виборів) [1].

До того ж Центральним державним електронним архівом України було створено архівну електронну колекцію «Президентські вибори-2010». На сьогодні продовжує проводитися фондування архіву, створено фонд № 1 – архівна електронна колекція «Президентські вибори-2010». Обсяг фонду – 27 од. зберігання, що становить 39,74 Гб інформації.

Таким чином, розглядаючи інтернет-ресурси як джерела дослідження президентських виборчих кампаній, можна констатувати, що попри деяку безсистемність та уривчастість інформації, яка подана, Інтернет залишається найбільш оперативним способом передачі інформації; він має найбільш тривалий термін зберігання інформації і найбільш зручну (оциф-

ровану) форму її подачі та пошуку. Крім того, перед початком виборів інтернет-ресурси є єдиним масовим каналом інформації про вибори, який не підпадає під обмеження свободи слова ні за часом, ні за місцем, ні за сумою витрат.

#### Список використаних джерел

1. Вибори Президента України-2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://elections2010.ukrinform.ua>. – Назва з екрана.
2. Хан Е. А. Выборы Президента Украины в 2004 г.: социальные и географические тренды / Е. А. Хан // Культура народов Причерноморья. – 2005. – № 68. – С. 173–176.
3. Електоральна географія 2.0 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.electoralgeography.com/new/ru/links>. – Назва з екрана.
4. Семченко О. А. Засоби масової комунікації у виборчому процесі: вибори Президента України 1999 року: автореф. дис... канд. політ. наук : спец. 23.00.02 / О. А. Семченко ; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. – Л., 2008. – 19 с.
5. Лінц Х. Х. Президентська система і парламентаризм / Х. Х. Лінц // Демократія: Антологія / упоряд. О. Проценко. – К. : Смолоскип, 2005. – С. 802–826.
6. Президентські вибори-2004: народ має знати правду [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.vybohy.osp-ua.info](http://www.vybohy.osp-ua.info). – Назва з екрана.