

ПОЛИТИЧЕСКИЕ НАУКИ

ПРИМЕНЕНИЕ НОВЕЙШИХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ХОДЕ ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ КАМПАНИЙ В США 2016 И 2020 ГОДАХ

Бойченко Иван Николаевич

студент, кафедра политологии

Московский Педагогический Государственный Университет

г. Москва

APPLICATION OF THE LATEST INFORMATION TECHNOLOGIES IN THE US ELECTION CAMPAIGNS IN 2016 AND 2020

Boichenko Ivan Nikolaevich

student, Department of Political Science

Moscow Pedagogical State University,

Moscow

АННОТАЦИЯ

Работа представляет собой попытку проанализировать существующие проблемы, связанные с использованием новейших информационных технологий в ходе избирательных кампаний в США в 2016 и 2020 годах. В основе настоящего исследования лежит политологический подход, компаративистский метод и общенаучные теоретические методы. В ходе исследования были выявлены общие и различные тенденции применения новейших информационных технологий в ходе указанных избирательных кампаний, а также сделаны выводы о дальнейшей роли информационных технологий в политическом процессе.

ABSTRACT

The paper is an attempt to analyze the existing problems associated with the use of the latest information technologies during the US election campaigns in 2016 and 2020. This research is based on the political science approach, the comparative method, and general scientific theoretical methods. The study identified general and different trends in the use of the latest information technologies during these election campaigns, as well as conclusions about the further role of information technologies in the political process.

Ключевые слова: новейшие информационные технологии, избирательные кампании, электоральные процессы, политические процессы, выборы в США.

Keywords: the latest information technologies, election campaigns, electoral processes, political processes, elections in the United States.

Электоральный процесс в США является событием мирового масштаба, как с точки зрения шоу, так и с точки зрения трансформации политических сил в мире, на который США, несомненно, оказывает существенное влияние.

Выборы 2016 и 2020 годов стали по-своему «горячими» для американского и мирового сообщества. Если трендом 2016 года, принесшей победу Трампу [13], стало сомнительное (с этической точки зрения) применение новейших информационных технологий, то трендом 2020 года, несомненно, стало почтовое голосование, которое Трамп и его сторонники обвиняли в фальсификациях и как итог - победа Д. Байдена [23].

Очевидно, что избирательная кампания, как наиболее адаптивный и открытый за счет высокой конкуренции политический институт, умеет быстро включать в себя и использовать современные технологии. Информационные технологии активно используются сегодня любыми структурами, так как облик современного избирателя – это человек информационный, находящийся большую часть своего времени в «сети». Американское исследование 2003 года приводило данные, что уже

на выборах 2000 года 90% американцев, имеющих доступ в Интернет, были зарегистрированными избирателями, а 64% проголосовавших на выборах, были пользователями сети «Интернет» [10]. Следовательно, борьба за голоса избирателя выходят за рамки личных встреч и телевизионного эфира, старые форматы проведения избирательных кампаний, как и устаревающие технологии XX века, постепенно отмирают. В связи с этим, наибольшую актуальность приобретают информационные технологии и платформы, которые используют политические консультанты для продвижения своего кандидата или партии.

Под современными информационными технологиями в политике, понимается в первую очередь совокупность технологий, применяемых в сети Интернет для манипуляции гражданами в целях получения их голосов.

Важно отметить высказывания о том, что информационные технологии «подорвали» выборы в 2020 году, особенно критикуются технологии подсчета голосов [8]. Однако другие источники приводят точку зрения, что подобный формат выборов может быть более безопасным и, соответственно, правильным [17].

Применение Facebook в избирательной кампании приписывается еще Б. Обаме, как и создание специализированного сайта под кандидата [11]. Подобные технологии использовались для охвата аудитории и быстрой мобилизации сторонников.

Изучение избирательной кампании 2016 года имеет сегодня достаточно высокую степень разработанности. Некоторые авторы отмечают, что на команду Х. Клинтон работала корпорация «Google» и Центр новой американской безопасности (CNAS), тогда как на Д. Трампа работала корпорация «Facebook» и Центр долгосрочной кибербезопасности (CLTS) [4]. Утверждается, в частности, что через манипулирование запросами Google и контекстную рекламу, команда Х. Клинтон воздействовали на выбор граждан [4], хотя наиболее часто в этом обвиняют именно команду Д. Трампа [24], Facebook [13] и Cambridge Analytica [2, 13]. Другие авторы отмечают использование командой Х. Клинтон традиционных предвыборных технологий, тогда как победу Д. Трампа связывают именно с использованием новейших информационных технологий [6].

В основе методологии Cambridge Analytica, которая в 2016 году действительно могла серьезно повлиять на результаты выборов, а сегодня является «классической», лежит распознавание пользователей социальных сетей и создание их психологического портрета для дальнейшей манипуляции [1].

Для того, чтобы направить рекламу нужному адресату, сначала необходимо идентифицировать избирателя как «колеблющегося», кластеризовать возможных избирателей на различные группы (например, по социальным проблемам, по которым в итоге они смогут видеть политическую рекламу от своего кандидата). В действительности составление «портрета избирателя» может происходить не только за счет ненавязчивых тестов в социальных сетях, но и через открытые источники информации (страницы, мессенджеры, лайки, репосты и все возможные цифровые следы).

Таким образом, методология, которую использовала Cambridge Analytica, а сегодня гораздо большее число ИТ или консалтинговых компаний, строится на сочетании психологии, информационных технологий и законов маркетинга с целью повлиять на политические процессы, в частности, на выборы. По некоторым данным, 2 мая 2018 года Cambridge Analytica была упразднена в связи со скандалом [5].

Подобные технологии, судя по полученным данным, использовались кандидатами на выборах президента США и в 2020 году [19]. Несмотря на разбирательство с Facebook после выборов 2016 года и активного дискурса вокруг политической рекламы, подобные методы активно применялись и в 2020 году, есть сообщения, что республиканцы и демократы активно тратили средства на политическую рекламу в социальной сети, особенно активно за неделю до запрета на такую

рекламу (например, 3 ноября республиканцы потратили на такую рекламу 1,3 млн. долларов) [20].

Вопрос о дальнейшем использовании таргетированной политической рекламы не имеет однозначного ответа, так как с одной стороны, несмотря на скандалы и огласку «ситуации» на выборах 2016 года, избирательные кампании 2020 года не отказались от столь успешного ресурса, но с другой стороны появляются инструменты по отслеживанию показанной Facebook рекламы и включению ее в доступный широким массам архив [7], а также заявления Facebook о работе над «прозрачностью» подобной рекламы [12].

Президентские выборы в США 2016 года дали богатый эмпирический материал политологам и политическим консультантам, касательно эффективного применения информационных технологий в рамках политической борьбы. В свою очередь, информационные технологии не только, скорее всего, позволили Д. Трампу одержать победу, но и породили множество опасений и рисков насчет будущего демократических институтов и трансформации политического пространства. Наблюдая протест или штурм белого дома (существуют различные мнения) 6 января 2021 года, некоторые авторы высказывались о возможном наступлении «кризиса демократии» [9, 18], такие заявления можно встретить и в российской информационной среде [3]. Очевидно, что проявление протестных тенденций с применением насилия со стороны населения или полиции, не является показателем «кризиса», а тем более «падения» американской демократической системы, однако важно, что обращения к сторонникам Д. Трампа осуществлял через платформу Twitter. С этим связаны новости о требованиях платформы Twitter и Facebook удалить некоторые радикальные обращения Д. Трампа [15].

Обращение политических акторов к своей аудитории, с целью призвать их к каким-то решительным действиям, не ново для второго десятилетия XXI века, можно предположить, что в третьем десятилетии эта тенденция будет нарастать, следовательно, опасаясь монополизации такой «информационной власти» такими гигантами, как Facebook и Twitter, мы будем наблюдать появление новых платформ для коммуникации граждан, в том числе, политической (например, Telegram на протестах в Беларуси и др.). Эти технологии не новы для США или всего мира, следовательно, избирательные кампании в США могут задавать тенденции применения определенных технологий, которые в последующие годы и десятилетия осваивают развитые и развивающиеся страны в рамках своих политических процессов.

Делать вывод о том, что информационные технологии радикализуют общество или позволяют достичь «цифрового фашизма», преждевременно. Современное общество преобразовало политику, но говорить про большую эффективность этих технологий в манипулятивных процессах, чем,

например, радио и телевидение, будет преждевременно. Информационные технологии смещают внимание научного сообщества, экспертов и политиков, придают политическому процессу новую специфику и создают множество прецедентов и феноменов для изучения, но не предопределяют те или иные тенденции.

Демонизация или романтизация информационных технологий смещает ракурс изучения от фактов к эмоциям и не позволяют объективно оценить их влияние на общество и политику. Проводя регулярные исследования, воссоздавая новые классификации и проводя мета-анализ полученных ранее данных, можно приблизиться к пониманию специфики современного политического пространства и прогнозировать будущее политической системы отдельных стран и всего мира в целом.

Несмотря на опасения специалистов ни в 2016, ни в 2020 году не были использованы (или обнаружены) технологии deepfakes для создания контента или дискредитации оппонента [16, 21, 22].

Итогом работы можно считать следующий перечень технологий, который позволяет представить специфику и масштаб применяемых технологий, использование которых можно с высокой долей вероятности спрогнозировать как в будущих электоральных процессах США (с очевидными новшествами), так и в демократических и гибридных режимах по всему миру.

Информационные технологии, используемые в ходе избирательных кампаний в США: методы сбора информации об избирателях из открытых источников (по цифровым следам); методы сборки информации об избирателях через тесты, модель OCEAN и аналогичные инструменты; технологии сбора и обработки больших объемов информации (Big Data, Data Mining); картирование населения (разбивка по различным критериям); микротаргетированная политическая реклама (Facebook, Instagram); коммуникация с избирателями через социальные сети (Twitter, Facebook); технологии сбора и подсчетов голосов.

Можно оправдано предположить, что выборы 2024 и 2028 годов принесут множество новых технологий, но часть используемых сегодня методов останутся актуальными.

Список литературы:

1. Бельмесов Е. BREXIT и победа Трампа: как соцсети и учёные определили ход истории, 2016. [Электронный ресурс]. URL: <https://bell-mess.livejournal.com/1871257.html> (дата обращения: 5.03.2019).
2. Ефременко Д. В. Формирование цифрового общества и геополитическая конкуренция // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. 2020. Т. 13. № 2. С. 25–43.
3. Киселева Д. Американист рассказал о сюрреалистичном захвате Капитолия [Электронный ресурс] <https://politros.com/193886-amerikanist-rasskazal-o-syurrealistichnom-zakhvate-kapitoliya> (дата обращения 10.01.2021).
4. Роговский Е. А. Выборы в США: инновации и информационная безопасность / В сборнике: Научный диалог: Вопросы философии, социологии, истории, политологии Сборник научных трудов по материалам IV международной конференции, 2017. С. 17-32.
5. СМИ: Cambridge Analytica вмешивалась в выборы по всему миру // ТАСС, 2018 [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/5046957> (дата обращения: 5.03.2019).
6. Тихонов А. В. Использование новых информационных технологий в политическом процессе на примере выборов в США в 2016 году // Вестник ВГАВТ. 2017. №51. С.209-212
7. Ad Observer [Электронный ресурс] <https://adobserver.org/> (дата обращения 10.01.2021).
8. Botelho V. Temple-Raston D. Technology a double-edged sword for U.S. election security [Электронный ресурс] <https://searchsecurity.techtarget.com/Technology-a-double-edged-sword-for-US-election-security> (дата обращения 10.01.2021).
9. Dyer G. About that American democracy 'crisis' [Электронный ресурс] <https://www.kamloopsthisweek.com/opinion/dyer-about-that-american-democracy-crisis-1.24264001> (дата обращения 10.01.2021).
10. Jenkins H., Thorburn D. Introduction: The Digital Revolution, the Informed Citizen, and the Culture of Democracy. Democracy and New Media. Eds H.Jenkins, D.Thorburn. Cambridge, Massachusetts. London, MIT Press, 2003, pp.1–17
11. Larcinese V., Miner L. The Political Impact of the Internet on US Presidential Elections. STICERD - Economic Organisation and Public Policy Discussion. 63. 2017.
12. Leathern R. A New Level of Transparency for Ads and Pages [Электронный ресурс] <https://about.fb.com/news/2018/06/transparency-for-ads-and-pages/> (дата обращения 10.01.2021).
13. Lee T.B. Mark Zuckerberg is in denial about how Facebook is harming our politics [Электронный ресурс] <https://www.vox.com/new-money/2016/11/6/13509854/facebook-politics-news-bad> (дата обращения 10.01.2021).
14. Lewis P., Hilder P. Leaked: Cambridge Analytica's blueprint for Trump victory [Электронный ресурс]. <https://www.theguardian.com/uk-news/2018/mar/23/leaked-cambridge-analyticas-blueprint-for-trump-victory> (дата обращения 10.01.2021).
15. Lima C. Twitter, Facebook lock Trump's accounts in confrontation over Capitol breach posts [Электронный ресурс] <https://www.politico.com/news/2021/01/06/twitter-trump-tweet-capitol-violence-455630> (дата обращения 10.01.2021).
16. Mak T., Where Are The Deepfakes In This Presidential Election? [Электронный ресурс] <https://www.npr.org/2020/10/01/918223033/where->

are-the-deepfakes-in-this-presidential-election (дата обращения 10.01.2021).

17. O'Neill P. H. Why more, earlier voting means greater election security not less. 2020. [Электронный ресурс].

<https://www.technologyreview.com/2020/12/10/1013584/expanding-voting-access-improves-election-security/> (дата обращения 10.01.2021).

18. Rasmus J. America's Continuing Crisis of Democracy [Электронный ресурс].

<https://www.counterpunch.org/2021/01/06/americas-continuing-crisis-of-democracy/> (дата обращения 10.01.2021).

19. Rayan-Mosley T. The weirdly specific filters campaigns are using to micro-target you <https://www.technologyreview.com/2020/10/23/1011119/the-weirdly-specific-filters-campaigns-are-using-to-micro-target-you/>

20. Rayan-Mosley T. Republicans spent millions on last-minute voting ads on Facebook [Электронный ресурс] <https://www.technologyreview.com/2020/11/09/1011876/republicans-trump-biden-turnout-ads-facebook/>

21. Shao G. Fake videos could be the next big problem in the 2020 elections [Электронный ресурс] <https://www.cnn.com/2019/10/15/deepfakes-could-be-problem-for-the-2020-election.html> (дата обращения 10.01.2021).

22. Solsman J.E. Deepfakes' threat to the 2020 US election isn't what you'd think [Электронный ресурс] <https://www.cnet.com/features/deepfakes-threat-2020-us-election-isnt-what-you-d-think/> (дата обращения 10.01.2021).

23. US election: Trump alleges 'fraud' in speech without offering evidence [Электронный ресурс] <https://www.bbc.com/news/av/election-us-2020-54808474> (дата обращения 10.01.2021).

24. Winston J. How the Trump Campaign Built an Identity Database and Used Facebook Ads to Win the Election [Электронный ресурс]. <https://medium.com/startup-grind/how-the-trump-campaign-built-an-identity-database-and-used-facebook-ads-to-win-the-election-4ff7d24269ac> (дата обращения 10.01.2021).