

Секция «Современная политика в условиях цифровых трансформаций и развития технологий искусственного интеллекта.»

## **Использование информационных технологий в формировании электорального поведения граждан**

**Научный руководитель – Давтян Ваге Самвелович**

***Антонян Ани Рафиковна***

*Аспирант*

Российско-Армянский (Славянский) университет, Институт права и политики, Ереван,  
Армения

*E-mail: ani.antonyan.1997@gmail.com*

В работе рассматриваются различные подходы к определению понятия «электоральное поведение», с целью комплексного понимания поднятой 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: принцип свободного выбора. Проиллюстрировано, что развитие информационного общества неизбежно приведет к трансформации института демократии, в частности изменится логика избирательных процессов.

### *1. «Новый избиратель» предопределяет исход электорального процесса.*

Современная политическая наука создает интегративные модели исследования электорального поведения «нового избирателя». Эта группа характеризуется, в первую очередь, нестабильностью политических ориентаций и предпочтений, несмотря на регулярное участие в голосовании. Но именно данная группа (10-15% всего электората развитых демократий) предопределяет исход электорального процесса.

### *2. Информационные технологии конструируют электоральное поведение «нового избирателя».*

В качестве инструмента конструирования политического и электорального поведения «нового избирателя» основополагающую роль играют информационные технологии, которые позволяют осуществить психографический анализ электората, за счет которого политически апатичное меньшинство «мотивируется» на участие в электоральных процессах. Обработка позволяет не просто составить представление о личностях электората, но и создать их полноценный профиль, в котором указаны убеждения, особенности характера, предпочтения, интересы и многое другое. Именно такой анализ дает возможность для эффективного микро-таргетирования электората.

### *3. Существуют конкретные примеры применения информационных и цифровых технологий в формировании электорального поведения в странах «развитой демократии».*

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, которая эффективным образом влияет на электоральное поведение.

4. Под воздействием информационных технологий дискредитируется один из важнейших инструментов демократического правления - выборы.

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.

5. Вызовы совершенствования управления информационными и цифровыми технологиями в политике ведут к трансформации института прямых выборов.

Можем предположить, что будет введен институт выборщиков, представители которого будут соответствовать определенным требованиям, либо будут обладать «психологическим иммунитетом» к информационно-технологическому воздействию.

### Источники и литература

- 1) Абдеев Р.Ф. Философия информационной цивилизации: Диалектика прогрессивной линии развития как гуманная общечеловеческая философия XXI века. М., 1994. С. 7.
- 2) Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000. С. 492—493.
- 3) Терминологический словарь библиотекаря по социально-экономической тематике. СПб: Российская национальная библиотека, 2011.
- 4) Талев Н.Н. "Рискуя собственной шкурой. Скрытая асимметрия повседневной жизни". 1-е изд. М., 2018. 384 с.
- 5) Халитова А.Х. О политологическом понимании понятия «выборы» // Вестник ТГГ-ПУ. 2006. № 5. С. 56–61.
- 6) Lipset S., Rokkan M. Cleavage Structures, Party Systems and Voter Alignments. An Introduction // Party Systems and Voter Alignments. N.Y.: The Free Press, 1967.
- 7) The American Voter / Campbell A. et al. N.Y.: John Wiley and Sons, 1960.
- 8) Baudrillard J.A. L'ombre des Majontes Silencieuses, ou la Fin du Social. Paris: Editions DENOEL, 1982. Перевод с французского Н. В. Сулова. // Электронная публикация: Центр гуманитарных технологий. URL: <https://gtmarket.ru/library/articles/1256>