

Секция «Политическая коммуникация в цифровом обществе: новые тенденции и их осмысление»

## Новые технологий в информировании граждан об избирательном процессе

Научный руководитель – Нечай Екатерина Евгеньевна

*Брусник Кирилл Валерьевич*

*Студент (магистр)*

Дальневосточный федеральный университет, Восточный институт - Школа региональных и международных исследований, Владивосток, Россия

*E-mail: formik152@gmail.com*

Исследование информационно-политического пространства в РФ является важной темой как для научного сообщества, так и для действующих политических структур. Некоторые исследователи при анализе информационно политического пространства России замечают его трансформацию. Меняется форма взаимодействия, между традиционными СМИ, политиками и лидерами общественного мнения. Происходит некое «уравнивание» их с обычными людьми. Теперь абсолютно любой человек является одновременно и субъектом общественного мнения, и объектом мнения других [1]. Также влияние оказывают процессы глобализации, цифровизации и фрагментации общества, которые ведут к модернизации каналов связи. Модели связи, построенные на авторитарной и односторонней коммуникации, приводят к разногласию и коммуникативному провалу. Особенно важно отметить процесс цифровизации. Россия как один из главных игроков на мировой арене вовлечена в глобальный экономический процесс. В том, числе как замечают некоторые гарвардские исследователи, Россия является перспективной страной, в которой развивается цифровизация экономики и политического пространства [11]. Ответной реакцией на эти процессы зачастую становится поднятие местного национализма, борьба за локальные идентичности и формирование нового запроса граждан на индивидуализацию контента [2]. В то же время модернизация каналов связи может повлечь за собой негативные последствия. Примерами таких инцидентов могут служить «Twitter-революции» в Молдавии в 2009 г. [10], «Арабская весна» в Египте 2013 г. [9] и митинги в России 2021 г [8]. В Российской Федерации сложилась административная модель информационно-политического пространства. При данной модели потоки информации распределяются не горизонтально, а вертикально [3], что в свою очередь затрудняет информирование населения о процедурах и процессах избрания должностных лиц и проведения референдумов. Несмотря на активное участие России в международных ассоциациях, заключение деклараций [18] и редактирование своей нормативной базы [5], способствующих развитию новой коммуникационной модели, уже доступные ЦИК инструменты не используются с должной эффективностью, что можно заметить при анализе основных каналов связи [6, 12, 13, 14, 15, 16, 19]. Цель: анализ средств информирования о процедурах и процессах избрания должностных лиц и проведения референдумов. Задачи: - рассмотреть объективное изменение информационно-политическом пространстве в РФ; - рассмотреть подходящую для РФ модель коммуникации между государственными структурами и населением; - провести анализ имеющихся ресурсов информирования населения; - рассмотреть альтернативные способы информирования населения. Предмет: технологии информирования населения. У современных пользователей Интернета появился новый способ обработки и концентрирования информации - это так называемое «клиповое» мышление, при котором информация потребляется фрагментарно и не всеобъемлюще, но компенсируется это тем, что пользователь имеет быстрый и непрерывный доступ к постоянно потоку информации [7]. Вполне возможно, что такие платформы как «Instagram, Telegram, Tik-Tok, Twitter, Snapchat»

могут скоро заменить традиционные СМИ и платформы «ВКонтакте, Одноклассники, Facebook, YouTube». Также возрастает роль блогосферы. Некоторые американские исследователи обращают внимание, что даже традиционным СМИ в США приходится брать во внимание мнение блогеров при формировании своей повестки. Влияние же отдельных популярных блогеров может быть разрушительным, когда политик или аналитическое агентство начинает ориентироваться на взгляды лишь одной аудитории ограниченного спектра блогеров [4]. Что касается российских реалий, то у населения проявляется тенденция использовать всё более новые и анонимные методы получения любой информации [17] также сигнализирует о необходимости рассмотрения включения в свой «патронташ» новых каналов коммуникаций. Такими каналами могут стать: «Tik-Tok, Twitter, Snapchat, Telegram». Также необходимо развивать отечественные сервисы - «RuTube, Я Молодец, Одноклассники», чтобы использовать их в дальнейшем.

### Источники и литература

- 1) Демушина О. Н. Использование технологий Web 2. 0 в государственном управлении // Вестник Московского университета. Серия 21. Управление (государство и общество). 2016. №3.
- 2) Beck U. Individualization: Institutionalized Individualism and its Social and Political Consequences. London: Sage, 2002. 49, 147 p.
- 3) Chadwick, A. and May, C. (2003), Interaction between States and Citizens in the Age of the Internet: “e-Government” in the United States, Britain, and the European Union. Governance, 16: 271-300. <https://doi.org/10.1111/1468-0491.00216>
- 4) Drezner, D., & Farrell, H. (2008). The power and politics of blogs. Public Choice, 134, 15–30 DOI:10.1007/s11127-007-9198-1
- 5) Консультант: <http://www.consultant.ru/>
- 6) Одноклассники: <https://ok.ru>
- 7) РБК: <https://rbc.ru>
- 8) BBC: <https://www.bbc.com>
- 9) BFM: <https://www.bfm.ru>
- 10) Digital.Report: <https://digital.report>
- 11) Harvard Business Review: <https://hbr-russia.ru>
- 12) Instagram: <https://www.instagram.com>
- 13) PC-RY: <https://a.pr-cy.ru>
- 14) Proster: <https://popsters.ru/>
- 15) Telegram: <https://t.me/>
- 16) Twitter: <https://twitter.com>
- 17) Visual Capitalist: <https://www.visualcapitalist.com>
- 18) WSIS: <https://www.itu.int>
- 19) YouTube: <https://www.youtube.com>