

РАЗДЕЛ 7

АНТРОПОЛОГИЯ УПРАВЛЕНИЯ

УДК [316.77:32]:004.738.5

А. А. Ботина¹

Уральский федеральный университет

ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

Аннотация. В современном обществе медиатизация оказывает значительное влияние на политическую сферу, изменяя способы коммуникации и доступность информации. В работе рассматривается роль современных интернет-технологий в политике, значение политической коммуникации и влияние Интернета как основного источника политической информации. Анализируются плюсы и минусы цифровизации политики государства, а также результаты опроса о пользовании социальными сетями и мессенджерами в России. Особое внимание уделяется различным формам политической коммуникации в Интернете.

Ключевые слова: политическая коммуникация, политическая интернет-коммуникация, информационное общество, сеть Интернет, медиатизация, медиа.

В настоящее время медиатизация затрагивает различные сферы общественной жизни, и политическая сфера не исключение. «Под медиатизацией понимается процесс увеличения роли и влияния медиа на общество, а также повышения доступности информации и изменения способов коммуникации. Медиатизация играет ключевую роль в политике, так как медиа стали основным каналом коммуникации между политическими субъектами и обществом. Отмечается, что медиатизация демонстрирует как снижение уровня аполитичности, так и изменения языка взаимодействия между государством и обществом в целом» [Гуреева, с. 331].

С появлением в речи человека таких терминов, как «электронное голосование», «онлайн приемная», «электронное правительство», «пор-

¹ Научный руководитель: О. В. Горбачев, доктор исторических наук, профессор УрФУ.

тал государственных услуг», концепция «информационного общества» стала не далеким будущим, а настоящим. В информационном обществе коммуникация является значимым социальным процессом и играет особую роль. Для политического пространства информационный обмен — это неотъемлемый процесс, цель которого — установление и поддержание связи между политическими субъектами и гражданами. Политическая коммуникация играет ключевую роль в формировании общественного мнения, легитимизации политической власти, осуществлении контроля над политическими процессами и т.д.

Сегодня Интернет превосходит традиционные средства массовой информации, являясь главным источником политических сведений. Интернет-пространство имеет ряд преимуществ по сравнению с традиционными средствами массовой информации: оперативность опубликования информации, быстрый обмен ею в режиме диалога, отсутствие информационного шума, общедоступность и отсутствие пространственно-временных граней взаимодействия, мультимедийность, возможность формирования группы сторонников.

Для государства процесс коммуникации с гражданами посредством сети Интернет является двояким. «С одной стороны, цифровая политика — это возможность оперативного и двухстороннего взаимодействия с гражданами, что позволяет вовлекать в политические процессы большее количество людей, а с другой, в сети Интернет присутствуют кибербуллинг, недостоверная информация, фейковые страницы, которые вводят в заблуждение. Эти проблемы должны регулироваться государством» [Морозова и др., с. 234].

Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ) в 2023 г. был проведен опрос о пользовании социальными сетями и мессенджерами в России. В результате исследования было выявлено, что «86% пользователей практически ежедневно проводят время в социальных сетях и мессенджерах, при этом наибольшей популярностью у россиян пользуются новостные сообщества (77%)» [Социальные сети и мессенджеры]. При этом на выбор платформы влияет возраст пользователя: «люди среднего возраста (от 25 до 44 лет) большую часть этого времени тратят на сайт «ВКонтакте», в то время как «ТikTok» лидирует среди молодых пользователей (12–24 года)» [Социальные сети и мессенджеры].

Сегодня все ведущие политические ресурсы в сети Интернет представлены на различных платформах: информационные порталы, сайты, блоги, форумы, аккаунты и сообщества в социальных сетях. Считается, что «к наиболее популярным формам политической коммуникации в Интернете относятся веб-сайты, блоги и микро-блоги» [Морозова, с. 159–160].

Веб-сайты являются необходимым элементом в системе политической коммуникации. Согласно Федеральному закону «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» каждая «политическая организация или субъект должны иметь собственный интернет-сайт» [Об обеспечении...]. Первым таким ресурсом стал сайт официального представительства Президента РФ. Он существует с 2000 г., но в 2009 г. интернет-представительство Президента подверглось модернизации, и сайт получил новое наполнение. В 2015 г. в пресс-службе Кремля отметили, что портал Президента РФ не будет специально продвигаться в социальных сетях и на других интернет-ресурсах. За прошедшие годы официальный сайт Президента РФ не раз обновлялся (технически и визуально); сегодня на нем можно ознакомиться с новостями о деятельности главы государства, стенограммами, фотографиями и видео, текстами подписываемых документов и другой информацией, связанной с работой Президента и его Администрацией. Разумеется, на сайте предусмотрена обратная связь (в разделе «Письма президенту»). Веб-сайт Президента РФ — это лишь один из многочисленных примеров электронной политической коммуникации, на сегодняшний день свои веб-сайты имеют министерства и ведомства всех уровней власти, а также политические партии, общественные организации и т.д.

Блоги и микро-блоги — это онлайн-журналы или веб-сайты, на которых авторы публикуют свои записи по различным темам: от личных мыслей и опыта до новостей, советов и обзоров. «Отличительной чертой блогов является то, что читатели могут комментировать посты, делиться своим мнением и взаимодействовать с авторами блога. В наше время блоги стали передовой формой политической коммуникации в сети Интернет, они позволяют политическим акторам взаимодействовать с гражданами напрямую. Основные функции политического блога включают распространение информации среди читателей, создание платформы для политических дискуссий, продвижение политических идей в обществе, а также поиск и объединение единомышленников» [Волков, Никитенко, с. 2]. В России самой удобной площадкой для ведения блогов является мессенджер. По данным «Медиалогии»¹, «в 2023 г. в топ-20 политических каналов Telegram по просмотрам вошли: Дмитрий Медведев, Вячеслав Володин, Рамзан Кадыров (TG-Kadyrov_95), Ксения Собчак (TG-Кровавая барыня), Маргарита Симоньян, Алексей Пивоваров² (TG-Пивоваров (Редакция)) и другие» [Политические Telegram-каналы].

¹ Российская компания-разработчик автоматической системы мониторинга и анализа СМИ и социальных сетей

² Признан иноагентом Министерством юстиции РФ.

Таким образом, политическая коммуникация в сети Интернет играет все более значимую роль. С развитием интернет-технологий политики и политические организации стали все чаще использовать онлайн-платформы для взаимодействия с гражданами, формирования общественного мнения и продвижения собственных идей.

Важным аспектом политической коммуникации в сети Интернет является возможность непосредственного взаимодействия с гражданами. Создается более открытая и демократическая среда для диалога политических субъектов и граждан, за счет возможности задавать вопросы, оставлять комментарии, выражая свое мнение и обсуждая политические темы.

Однако существуют и негативные стороны политической коммуникации посредством Интернета: фейковые новости, анонимность, цифровые атаки влияют на объективность интернет-информации.

В целом, политическая коммуникация в сети Интернет открывает новые возможности для участия населения в политической жизни страны, а также повышает открытость и прозрачность деятельности политических субъектов. Однако необходимо учитывать как позитивные, так и негативные моменты политической коммуникации в Интернете, что обуславливает необходимость подробного и всестороннего изучения этого феномена.

Список источников и литературы:

Волков С. Ю., Никитенко В. А. Блоггинг как форма политической коммуникации // Огарев-Online. 2015. № 17 (58). С. 1–7. URL: <https://journal.mrsu.ru/arts/blogging-kak-forma-politicheskoy-kommunikacii> (дата обращения: 01.03.2024).

Гуреева А. Н. Роль медиаактивности российской молодежи в процессе медиатизации политики // Вопросы теории и практики журналистики. 2020. Т. 9, № 2. С. 325–334. [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2020.9\(2\).325-334](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2020.9(2).325-334).

Морозова О. Н. Политическая интернет-коммуникация: ее роль, функции и формы // Политическая лингвистика. 2011. № 1 (35). С. 156–161.

Морозова С. С., Будко Д. А., Бабюк И. А. Особенности политической коммуникации в виртуальных сообществах в условиях глобальных вызовов и рисков // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭК. 2023. Т. 19, № 2. С. 230–243. <https://doi.org/10.21638/spbu23.2023.206>.

Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления: Федеральный закон РФ от 21.01.2009 № 8-ФЗ (с изменениями и дополнениями на 01.12.2022) // КонсультантПлюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_84602/ (дата обращения: 25.02.2024).

Политические Telegram-каналы: 2023 г. // Медиалогия. URL: <https://www.mlg.ru/ratings/socmedia/telegram/12760/> (дата обращения: 01.03.2024).

Социальные сети и мессенджеры: вовлеченность и предпочтения // ВЦИОМ. Новости. 2023. 10 авг. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/socialnye-seti-i-messendzhery-vovlechnost-i-predpochtenija> (дата обращения: 08.03.2024).

УДК 324.019.51:002.1-028.25(470+571)

А. А. Быкова¹

Томский государственный университет

О ЗНАЧИМОСТИ ПЕЧАТНОЙ ДОКУМЕНТИРОВАННОЙ ИНФОРМАЦИИ В ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ КАМПАНИЯХ В РОССИИ

Аннотация. В статье выявляются преимущества печатной агитационной информации в сравнении с её электронными формами, которые стали популярными в связи с распространением интернет-технологий. Рассматриваются правовые аспекты изготовления и распространения агитационных материалов, их виды, воздействие печатной агитационной продукции на избирателей, характеризующее её значимость в современном избирательном процессе в Российской Федерации.

Ключевые слова: печатная документированная информация, электронные формы агитации, Российская Федерация, избирательные кампании.

Предвыборная агитация в Российской Федерации носит смешанный характер, включая как информационно-коммуникационные технологии (далее – ИКТ), так и использование печатной документированной информации (материалов). Однако, ввиду простоты распространения и минимизации затрат на изготовление, электронные формы агитации стали более привлекательными, что привело к снижению интереса к печатной продукции. Это наблюдается не только со стороны избирателей, воспринимающих информационные брошюры ненужными, но и со стороны политических партий, которые начинают задумываться над эффективностью такого вида агитации.

¹ Научный руководитель: Н. С. Ларьков, доктор исторических наук, профессор ТГУ.