

Первушина Виктория Александровна

студентка

Буханцова Анжелика Владимировна

старший преподаватель

ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный
технический университет»

г. Новосибирск, Новосибирская область

DOI 10.21661/r-558178

ВЛИЯНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ПУБЛИЧНУЮ ПОЛИТИКУ

***Аннотация:** данная статья затрагивает вопрос об изменении электорального поведения в связи с применением информационных технологий. В статье обозначены проблемы формирования и воспроизводства электорального процесса под влиянием современных информационных технологий.*

***Ключевые слова:** публичная политика, информационные технологии, электоральное поведение, электоральный процесс.*

Современное общество находится в состоянии трансформации, связанной с применением во всех сферах жизни общества электронных информационных средств. Публичная политика, отношения между институтами государства и общества постепенно, но неуклонно перемещаются в цифровое пространство, от массовых интернет-дискуссий в социальных сетях по всем вопросам политической повестки до экспертных блогов в Telegram. Как показывает анализ актуальной практики, традиционное пространство публичной политики сокращается, процессы в нем становятся все менее интенсивными.

Рассмотрим сферу публичной политики участие граждан в избирательном процессе. В настоящее время в обществе нет однозначного понимания, о единстве выборных (электоральных) и компьютерных технологиях. Публичные попытки найти точки соприкосновения этих двух различных феноменов редко

заходят дальше обсуждения методики и схем подсчёта голосов. Но всё намного сложнее чем механический учет данных голосующих и кандидатов. Компьютерные технологии теперь неотъемлемая часть социальной жизни, предвыборной кампании, борьбы и непосредственно самих выборов. Но, как и в любой сфере, нововведения сопровождаются сложными терминами и понятиями, которые даже самый заинтересованный гражданин поймет с трудом. Такая тенденция наблюдается не только в России, но и за рубежом. Эта тема мало изучена. В настоящее время применяются, как минимум, три группы компьютерных технологий в предвыборной борьбе: технологии телевизионной рекламы, позволяющие преподнести кандидата в выигрышном положении; приложения target marketing и churn management на базе data mining и других методик, используемых для продвижения и распространения политических идей; компьютерный анализ эффективности воздействия на общественное мнение.

Первая группа технологий известна и понятна большинству людей. В преддверии крупных политических событий (референдума, выборов президента РФ, инаугурации и т. п.) федеральные каналы анонсируют и транслируют событие, или запускают рекламу предвыборных кампаний кандидатов на крупные государственные посты. Вторая группа технологий незаметна с точки зрения исполнения, мы видим лишь результат – увеличение рекламных постов в социальных сетях на политическую тему. Третья группа отвечает за оперативную оценку данных, получаемых из двух предыдущих, после чего курс корректируется для получения необходимого результата. Для этого используются средства мониторинга поведения телезрителей. Во многих развитых странах существует оборудование, регистрирующее кто, когда и на какой канал переключил свой телевизор. В квартирах репрезентативной группы устанавливается прибор, похожий на видеомэгнитофон, позволяющий с помощью специального дистанционного пульта, индивидуального для каждого члена семьи, переключать телеканалы. Прибор собирает информацию и автоматически передает ее по обычной телефонной линии. Накопленные данные позволяют подсчитать, насколько эффективным оказалась та или иная передача. Причем можно отслеживать не только

телевидение, но и любое другое электронное средство передачи информации. Сегодня в развитых странах многим политическим группам, принимающим участие в избирательной кампании, доступно все необходимое технологическое сопровождение. Современные технологии направлены не только на распространение идеологий кандидата и захват большей аудитории, но и на наблюдение и анализ заявлений кандидатов. Электоральный процесс претерпевает значительные изменения в связи с применением цифровых технологий. Самое явное изменение касается введения электронного голосования в различных странах мира. Так, в США, Швейцарии, Эстонии, Великобритании используются системы интернет-голосования на разных уровнях политических кампаний. Например, в Швейцарии уже долгое время такие системы являются установленной формой проведения выборов местного значения, где избиратели обладают личными паролями для доступа к голосованию по электронной почте. В России 27 февраля 2019 года в Госдуму был внесён законопроект о создании в Москве цифровых участков для голосования на выборах в субъектах России. Практикующие политтехнологи предлагают различные способы использования электронных средств в избирательных кампаниях. От простых технологий для проверки подписей респондентов до таргетирования электоральных групп к точечному информационно-коммуникационному влиянию, позволяющее создавать персональные политические постреальности для каждого отдельного человека, с учётом его индивидуальности. Таким образом происходит изменение электорального процесса, как на стадии взаимодействия лидера и электората, так и электорального поведения на этапе, когда избиратель голосует за конкретного лидера или партию. Некоторые политологи (Р.З. Близняк, М.В. Ильин, А.И. Соловьев) видят проблему в изменении поведенческих характеристик субъектов избирательного процесса, в связи с применением информационных технологий. Они также видят проблему расхождения интересов и целей избирателей и лидера, возникающую из-за процесса формирования в информационном пространстве народных интересов, не являющихся реальными интересами.

На формирование и воспроизводство электорального процесса влияют много факторов, один из них информационные технологии, которые сегодня наименее изученный.

Список литературы

1. Близняк Р.З. Принципы и методы, технологии и инструменты событийного менеджмента, применяемые в системе электоральных коммуникаций / Р.З. Близняк // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2011. – №5 – С. 26–30.
2. Красин Ю.А. Публичная сфера и государственная публичная политика / Ю.А. Красин, Ю.М. Розанова // Социс. – 2000. – №10. – С. 84–91.
3. Шматко Н.А. Феномен публичной политики / Н.А. Шматко // Социс. – 2001. – №7. – С. 106 –112.