Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2023. № 4. С. 269–273
State and Municipal Management. Scholar Notes. 2023;(4):269–273

Слово молодым ученым

Научная статья
УДК 32
https://doi.org/10.22394/2079-1690-2023-1-4-269-273 EDN JYCTGE

Трансформация политической коммуникации в эру интернета: функции и влияние на социально-политические процессы

Хетаг Эмзарович Лалиев

Северо-Осетинский государственный университет им. К. Л. Хетагурова, Владикавказ, Россия, Khetagrus@gmail.com

Аннотация. Современная статья затрагивает динамично развивающуюся область политической коммуникации в контексте ее трансформации под влиянием интернет-технологий. Анализируя универсальные и специфические функции интернета в политической сфере, исследование подчеркивает, как сетевая коммуникация переопределяет традиционные формы политического диалога, обогащая их элементами интерактивности, многогранности и доступности.

Ключевые слова: демократическое участие, интерактивность, интернет-технологии, информационное общество, культурообразующая функция, политическая коммуникация, социально-политические процессы

Для цитирования: Лалиев Х. Э. Трансформация политической коммуникации в эру интернета: функции и влияние на социально-политические процессы // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2023. № 4. С. 269–273. https://doi.org/10.22394/2079-1690-2023-1-4-269-273. EDN JYCTGE

Young scientists

Original article

Transformation of political communication in the internet era: functions and impact on socio-political processes

Khetag E. Laliev

North Ossetian State University named after K.L. Khetagurov, Vladikavkaz, Russia, khetagrus@gmail.com

Abstract. This contemporary article addresses the dynamically evolving field of political communication within the context of its transformation influenced by internet technologies. By analyzing the universal and specific functions of the internet in the political realm, the study highlights how network communication is redefining traditional forms of political dialogue, enriching them with elements of interactivity, versatility, and accessibility.

Keywords: political communication, internet technologies, socio-political processes, interactivity, information society, culture-creating function, democratic participation

For citation: Laliev Kh. E. Transformation of political communication in the internet era: functions and impact on socio-political processes. *State and Municipal Management. Scholar Notes.* 2023;(4):269–273. (In Russ.). https://doi.org/10.22394/2079-1690-2023-1-4-269-273. EDN JYCTGE

Появление интернета в современном обществе стало результатом повышения активности в вопросах политической коммуникации. Благодаря Интернету уровень политической коммуникации стал на голову выше. Объяснением этому служит доступ к интернету, из которого люди черпают всю нужную им информацию. Таким образом, можно сказать, что интернет главный ресурс, участвующий в политическом процессе. Интернет наравне с другими политическими ресурсами имеет свои функции.

Одной из основных функций интернета является - коммуникативно-информативная. Интернет – это средство, с помощью которого в любой точке мира можно получить не только интересующую информацию, но и обменяться своим мнением.

© Лалиев Х. Э., 2023

Интернету присуще также мобилизационная функция, т.е. функция, с помощью которой можно направлять политическое мышление в нужную сторону.

Организационно-координационная функция способствует подъему политической активности. Данная функция сопровождает человека с момента предоставления возможности участия в голосовании, до момента выполнения функции платформы. Под функцией платформы подразумевается организация и согласование массовых политических мероприятий. Конечным результатом организационно-координационной функции является влияние на политическое сознание населения, которое ведет к подъему уровня политической коммуникации и политической культуры.

О некоторых важных аспектах кибер-политики говорят специалисты из различных областей – политики, права, экономики, науки и т.д. Большое внимание этой теме уделил К. Г. Холодковский. Теория этого автора является фундаментом, на котором строятся многие работы, посвященные вопросам влияния интернета на политические процессы [1].

Анализ публичных дискуссий в публичном пространстве показывает, что использование интернет-технологий для трансляции политической речи и дискуссии часто превращается в элемент политического давления. Подобные изменения преследуют цель укрепить позиции политических лидеров или противников.

Среди ведущих политических ресурсов в Интернете можно назвать практически все платформы: информационные порталы, сайты, блоги, форумы, аккаунты, а также сообщества в социальных сетях. Каждый из упомянутых ресурсов создается с четкой целью, и вследствие набора определенных средств открывает для политических акторов свои исключительные возможности. Разница между ними заключаются в скорости обновления контента и степени интерактивности, что непосредственно связано с техническими характеристиками: простотой обновления и доступностью для пользователя.

К наиболее популярным формам политической коммуникации в сети Интернет относятся [2]:

- Веб-сайты – средство публичной коммуникации политических субъектов. Использование Интернета в политической деятельности дает возможность быстро реагировать на изменяющиеся социальные и политические условия, преобразить приемы и методы политической борьбы.

- Блоги, микро-блоги – площадка для обсуждения общественно важных событий, вопросов политической идеологии и т. п. сквозь мнение автора.

В целях развития государственных электронных площадок, а также следуя возросшим запросам общественности, многие мировые политики, начиная с половины первого десятилетия XXI века, стали активно использовать средства обратной связи с общественностью.

- Форумы, чаты, социальные сети - места, которые позволяют широкой аудитории делиться текстовыми и голосовыми сообщениями в режиме онлайн. Это своего рода места для организации дискуссий, многостороннего обмена взглядами, а также источники информации [3].

Как видно из рис. 1, современные политические деятели все активнее используют многомиллионную интернет-аудиторию с целью демонстрации своих политических идей и мнений и запуска дискуссии среди своей аудитории.

Подобное явление приводит к целому ряду проблем, таких, как повышение порога явки избирателей, снижение избирательного барьера, новые способы для введения ограниченного избирательного права и т д. Использование цифровых технологий сопряжено с инновациями, что становится ключевым фактором, способствующим интенсивному развитию новых подходов к организации избирательных процессов [4–6].

Был проведен большой анализ содержания рекламных роликов большинства российских политических партии. Ниже приведены некоторые из наиболее важных моментов, которые были сделаны в отношении рекламных роликов:

- Рекламные ролики транслировались по телеканалам, а не в Интернете. Это означает, что они не были нацелены на конкретную аудиторию или для какой-либо конкретной цели.

- Контент не был вовлекающим и не привлекал зрителей.

- Контент был слишком длинным, и потребовалось некоторое время, чтобы произошло что-то интересное.

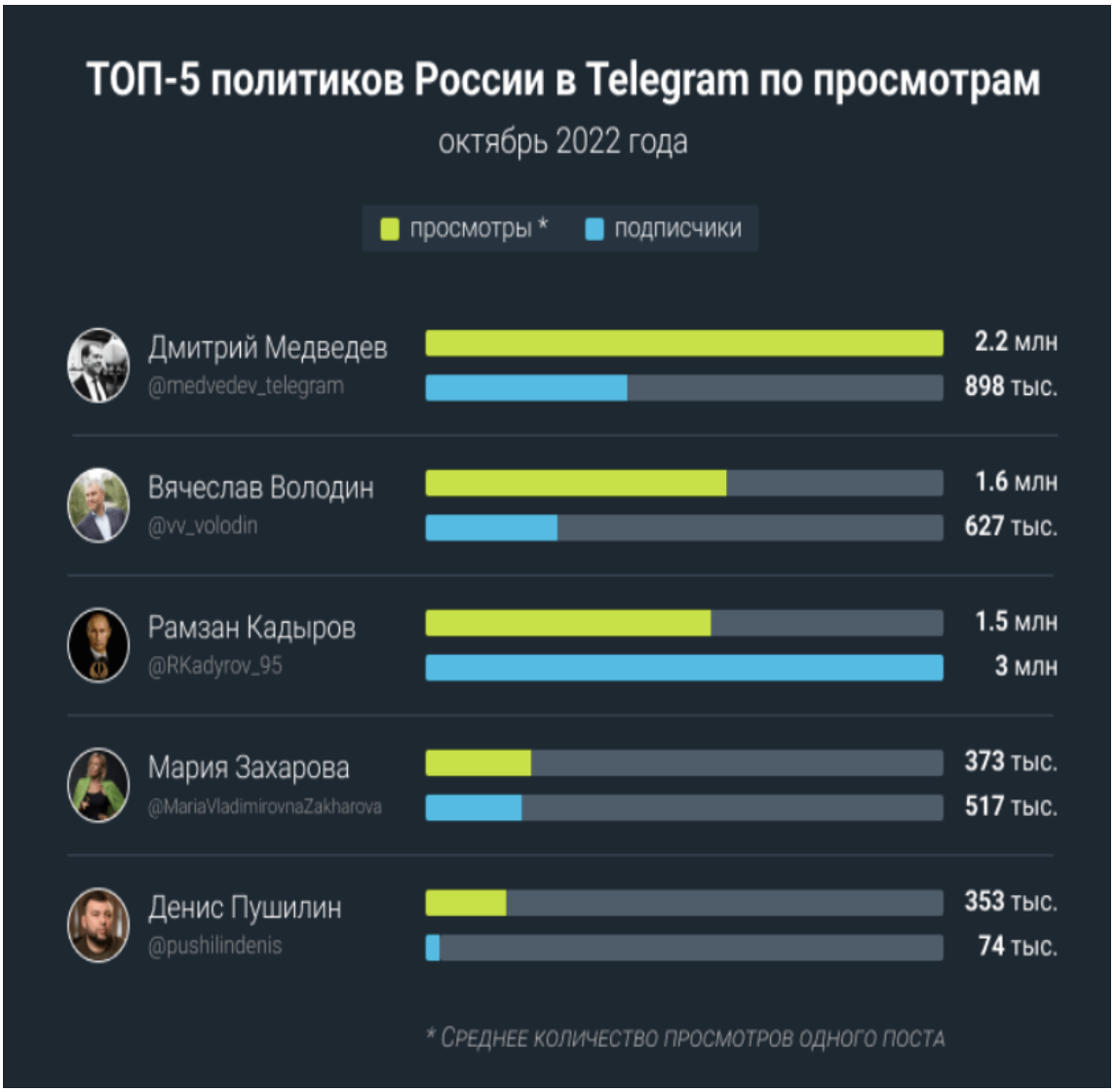


Рис. 1. ТОП-5 политиков РФ по просмотрам в Telegram
Fig. 1. TOP 5 politicians of the Russian Federation by Telegram views

Рассмотрим пример успешной интернетизации предвыборной программы политической партии. Подобным примером служит программа партии «Новые люди», которая в своей предвыборной агитации на выборах 2021 года смогла избежать совершения всех этих ошибок.

Основными агитационными инструментами, которые применялись в ходе предвыборной кампании «Новых людей» значительно отличаются от общепринятых в российской политике. В частности, партией активно использовались социальные сети. Основным форматом рекламных роликов партии был формат короткометражных роликов, которые транслировались не на телевизионных каналах, а загружались в социальные сети, которые популярны среди представителей молодого поколения. Особую популярность приобрели ролики партии на платформе Telegram.

В рамках данной работы контент-анализ рекламных роликов партии «Новые люди» на выборах в Государственную Думу VIII созыва. Основная цель – описать и проанализировать, на что похожи эти рекламные ролики, о чем они говорят, на кого нацелены и как представляют себя. Основная цель партии – объединение людей разного социального статуса, политических взглядов и профессий для улучшения экономики страны и создания более благоприятной среды для бизнеса.

Анализ рекламных роликов партии «Новые люди» на выборах в Государственную Думу VIII созыва показал, что эти ролики ориентированы на единый посыл о том, что России нужны новые люди.

На выборах в Госдуму VIII созыва новая политическая партия «Новые люди» интересным образом использовала Telegram. Они создали учетную запись в этой социальной сети и загружали короткие видеоролики о своей политике и достижениях.

Эта кампания была успешной, потому что она была нацелена на более молодую аудиторию, которая проводит в Telegram больше времени, чем в других социальных сетях. Видео также были короткими и по существу, что многие люди ищут в наши дни. Данная кампания «Новых людей» также охватила избирателей, которые в противном случае не проголосовали бы за них из-за своего возраста или места проживания.

На выборах в Госдуму VIII созыва новая политическая партия с популистской повесткой «Новые люди» использует Telegram для выхода на свою аудиторию. Данный пиар-ход «Новых людей» основан на идее, что люди устали от коррупции и хотят перемен. Партия пытается убедить избирателей, что с их лозунгом «Новые люди – новая Россия» это возможно.

В рамках кампании в Telegrame активно использовался комедийный образ депутата «Сил Силыча», который представляет собой пародийный образ из наиболее широко распространенных в народе шуток, стереотипов и анекдотов относительно российских чиновников, что позволило партии привлечь значительное внимание среди пользователей данного сервиса, в первую очередь, молодежь.

В данном случае речь не идет непосредственно о сообществах, которые принадлежат самим политическим партиям, охватывается все медиа-пространство, в котором так или иначе фигурируют упоминания политических партий – включая группы СМИ, новостей и т.д. Но четко прослеживается тенденция, согласно которой наиболее активно упоминаемые в Интернете партии в конечном итоге имеют неплохие шансы на парламентских выборах.

Данные результаты свидетельствуют о том, что, по сути, новая для российского избирателя партия «Новые люди» заняла 4-е место в русскоязычном медийном пространстве, уступив лишь трем мастодонтам российской политики – «Единая Россия», КПРФ и ЛДПР, которые обладали несоразмерно большими пиар-ресурсами и агитационными бюджетами в рамках предвыборной кампании.

Как свидетельствуют результаты выборов, партия стала первой новообразованной партией, которая смогла пробиться в Государственную Думу, разбавив устоявшийся состав политических фракций, состоящих в ней последние несколько созывов, что можно назвать несомненным успехом, который был достигнут, во многом, благодаря инновационной предвыборной агитации с применением крайне широкого агитационного инструментария.

Причиной подобного успеха стала именно смена традиционного подхода к политическому процессу. Вместо привычных электоральных ресурсов, были задействованы инновационные подходы к взаимодействию с аудиторией, которые позволяют сохранять актуальность и не теряться в закостеневшей системе [7].

На основе этого мы можем сделать вывод, что современная политическая интернет-коммуникация как социальная функция выполняет следующие функции:

1) коммуникативная, посредством которой цели, касающиеся политической коммуникации (например, прежде всего, реализация политического права на свободное волеизъявление), формулируются и достигаются с наибольшей эффективностью, чем при ведении других форм жизнедеятельности (экономических, материальных и пр.) - навязывание решений, обеспечение взаимопонимания, налаживание социального контроля и т.д.

2) правовая, посредством обеспечения права на свободную и приемлемую для всех участников политическую коммуникацию - придание политике правосубъектности и обозначение статуса лица (как политического института) и правового режима.

3) информационная, посредством организации обмена и получения политической информации;

4) психологическая, посредством воздействия на реципиенты через информацию и средства, с помощью которых передаются взгляды и идеи;

5) коммуникация с помощью традиций, обычаев, ритуалов - через политические сообщения, символы, язык;

6) коммуникативное воздействие через взаимодействие внутри социальных групп, между ними.

Все виды политических коммуникаций в сети интернет способствуют результативному слиянию информационных ресурсов с политическими структурами. Это взаимодействие может существенно

влиять на партийные и государственные структуры, а проявляется это в контроле в процессе голосования, в помощи в работе форумов, а также в обмене электронными сообщениями с представителями политических сил [7].

Интернет в России, разумеется, стал реальной политической площадкой. Результат развития Интернет-технологий, как политического инструмента - это дальнейшее совершенствование информационных технологий.

Во-первых, необходимость дальнейшего развития возникнет по причине того, что возрастет давление на правительство со стороны общественности с целью повышения эффективности деятельности государства на основе электронных технологий. Во-вторых, развитие вызвано стремлением политических лидеров использовать общественное мнение для своих же собственных интересов.

Список источников

1. Холодковский К. Г. Партийно-политическая самоидентификация // Идентичность: Личность, общество, политика. Энциклопедическое издание. Отв. ред. И.С. Семененко. М.: Изд-во «Весь мир», 2017. 992 с.
2. Соленикова Н. В. Политический Интернет в Российских избирательных кампаниях: тенденции и проблемы развития: автореф. дис. ... канд. полит. наук. Уфа, 2007. 248 с.
3. Акопов Г. Л. Глобальные проблемы и опасности сетевой политики // Политнет.ru, 2004. URL: http://problem.politnet.ru/oglavlen.html
4. Чеснаков А. А. Ресурсы INTERNET и российские политические технологии: состояние и пер- спективы развития // Вестник МГУ. Сер. 18. Социология и политология. 1999. № 4. С. 65–71.
5. Шабшин И. И. Психологические особенности и феномены коммуникации в Интернете / Журнал «Самиздат», 2005. URL: http://zhurnal.lib.ru/s/shabshin_i_i/internet.shtml
6. Михайлова А. М. Политическая интернет-коммуникация в современном региональном пространстве (на материалах Республики Бурятия): автореф. дис. ... канд. полит. наук. Улан-Удэ, 2007. 328 с.
7. Афанасенко Е. В. Семантический повтор в политическом дискурсе (на материале русского и английского языков): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Саратов, 2006. 329 с.

References

1. Kholodkovsky K. G. Party-political self-identification. In: *Identity: Personality, society, politics. An encyclopedic publication. Ed. by I.S. Semenenko*. Moscow: Publishing house "The Whole world"; 2017. 992 p. (In Russ.)
2. Solenikova N. V. *Political Internet in Russian election campaigns: trends and problems of development:* abstract. dis. ... Candidate of Political Sciences. sciences'. Ufa; 2007. 248 p. (In Russ.)
3. Akopov G. L. *Global problems and dangers of network policy.* Available from: http://problem.politnet.ru/oglavlen.html. (In Russ.)
4. Chesnakov A. A. INTERNET resources and Russian political technologies: state and prospects of development. *Bulletin of Moscow State University. Ser.18. Sociology and Political Science.* 1999;(4):65–71. (In Russ.)
5. Shabshin I. I. Psychological features and phenomena of communication on the Internet. *Samizdat Magazine*, 2005. Available from: URL: http://zhurnal.lib.ru/s. (In Russ.)
6. Mikhailova A. M. *Political Internet communication in the modern regional space (based on the materials of the Republic of Buryatia):* autoref. dis. ... cand. polit. sciences'. Ulan-Ude, 2007. 328 p. (In Russ.)
7. Afanasenko E. V. *Semantic repetition in political discourse (based on the material of Russian and English):* abstract. dis. ... candidatел of Philology. sciences. Saratov; 2006. 329 p. (In Russ.)

Информация об авторе

Х. Э. Лалиев – аспирант кафедры философии и общественных наук, Северо-Осетинский государственный университет имени К. Л. Хетагурова

Information about the author

Kh. E. Laliev – Postgraduate at the Department of of Philosophy and Social Sciences, K.L. Khetagurov North Ossetian State University.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.
The author declares that there is no conflict of interest.

Статья поступила в редакцию 15.11.2023; одобрена после рецензирования 27.11.2023; принята к публикации 28.11.2023.
The article was submitted 15.11.2023; approved after reviewing 27.11.2023; accepted for publication 28.11.2023.