

К вопросу влияния и места интернет пространства на избирательное право России

Научный руководитель – Курячая Ирина Михайловна

Вуймина Виктория Валерьевна

Студент (бакалавр)

Кубанский государственный университет, Юридический факультет, Краснодар, Россия

E-mail: viktorija.vuimina@yandex.ru

Интернет - это то пространство, которое привлекает молодых людей, и которое пользуется большим спросом среди них. Он может служить помощником для многих правовых явлений, одним из которых являются выборы. Социальные сети как интернет-технологии все чаще используются политиками во время избирательных кампаний. Это связано, в первую очередь, с тем, что сегодня социальные сети становятся новым этапом в развитии передачи и обмена информацией между людьми, универсальным способом объединения различных групп граждан [1].

Современная молодёжь предпочитает Интернет из-за нескольких, по их мнению, важных критериев:

- Быстрый поиск информации. Сеть Интернет содержит огромное количество электронных книг, научных статей, у каждой организации и у каждого государственного органа есть свой официальный сайт, на котором есть вся необходима информация.

- Удобство. Здесь под словом «удобство» подразумевается возможность искать информацию в удобное для себя время и в удобном месте.

- Доступность. Для пользования обширными возможностями интернета не надо тратить большие суммы денег, что очень актуально для всех людей. Во многих общественных заведениях работает бесплатный wi-fi, что бесспорно привлекает.

На сегодняшней день необходимо чётко понимать предпочтения общества, особенно, молодёжи, и действовать правильно для привлечения большего количества людей. Можно выделить несколько мер, которые могли бы привлечь молодёжь к правовым событиям, в том числе и повысить их интерес к избирательному процессу и к избирательному праву в целом:

- Размещать информацию там, где молодёжь проводит больше всего времени — в социальных сетях и на YouTube;

- Говорить открыто и на одном языке: представители поколения от 13 до 24 лет привыкли общаться в комментариях и выражать свои эмоции не словами, а символами или картинками;

- Создавать вовлекающий контент: молодое поколение предпочитает активные действия, они готовы делиться и комментировать видео и посты, отвечающие их интересам;

- Привлекать видеоблогеров, мнению которых доверяют пользователи.

Социальные сети, интернет-проекты способны на современном этапе развития общества активизировать пассивное избирательное право граждан, помочь в решении проблемы абсентеизма молодёжи.

Для наглядного примера можно обратиться к зарубежному опыту. Огромное количество учёных в отрасли избирательного права акцентируют своё внимание на президентской кампании Барака Обамы на выборах Президента США в 2008 г. По итогу последней кампании Б. Обамы большинство голосов президенту США принесли именно интернет-

пользователи. [2]. Одной из основных задач кампании Обамы было повышение явки демократически настроенных избирателей. В рамках избирательной кампании был организован национальный телефонный банк потенциальных сторонников, создана онлайн-социальная сеть mybarackobama.org (MyBO), использовались уже существующие платформы (Facebook, Twitter, MySpace и т.д.). Явка на выборы 2008 г. составила рекордные за последние годы 64%. С точки зрения задачи увеличения за счет привлечения традиционно более аполитичных слоев населения — молодежи и афроамериканцев — «новые медиа» во многом сыграли роль сообщения, позволив сблизиться с новыми аудиториями на удобных для них медиаплатформах.

Таким образом можно выделить несколько основных функций Интернета для избирательного права.

1. Информационная функция. Она заключается в получении и распространении сведений о наиболее важных для избирателей и кандидатов событиях, в размещении на сайтах оперативной информации, реакции политика на актуальные события, официальной позиции политика.

2. Коммуникационная функция. С помощью Интернета можно организовать взаимодействие с избирателями, используя такие сервисы, как форумы, чаты, интернет-конференции и т.д.

3. Политико-мобилизационная функция. При достаточно большом числе пользователей Интернет предоставляет политикам в ходе выборов неограниченные возможности для мобилизации сторонников.

4. Функция контроля за проведением избирательных кампаний. Официальная публикация в Интернете информации о предварительных и окончательных итогах голосования позволяет оперативно информировать граждан о проведении подсчета голосов, обеспечивает эффективный механизм гражданского контроля за проведением подсчета голосов избирателей.

Современные особенности и функции политического Интернета позволяют говорить о том, что для политиков Интернет может стать одним из важнейших средств связей с обществом.

Молодое поколение использует Интернет для поиска полезной информации, которая бы помогла им стать более грамотными в интересующей их сфере, но молодёжь выбирает блогеров из народа, а не официальные страницы депутатов, которые 100%, по логике вещей, должны обладать всей необходимой информацией в рамках их деятельности. На наш взгляд можно назвать несколько объективных причин.

1. Понятный язык общения. Как правило, люди, обладающие правовой информацией, излагают её слишком сложно для человека, не имеющего специальных знаний в той или иной отрасли права.

2. Не подходящий формат. Оформление страницы имеет очень важное значение. Бесспорно, определённые рамки должны быть соблюдены, но интересы и предпочтения молодёжи должны учитываться.

3. Форма преподнесения информации. В большинстве случаев политические, государственные деятели, имеющие официальные страницы в социальных сетях используют только фотоматериалы. Как показывает практика, видеоматериалы, интервью пользуются большим спросом.

На данный момент большой популярностью среди молодёжи, например в Instagram, пользуются «вайны» (короткие видеоролики длиной от 20 до 60 секунд) на самые различные темы. На наш взгляд, это можно было бы применить в социальных сетях для донесения важной информации.

Источники и литература

- 1) 1.Свинин А.А Использование социальных сетей как интернет технологий в избирательных кампаниях: международный опыт // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. №2 2013. С 157 .
- 2) 2.Юханов Н. Трансформация политического консультирования: роль и значение «новых медиа» // Власть (Институт социологии РАН) 2009. № 11.