

Секция «Современная политическая коммуникация: новые модели и технологии»

## Как интернет технологии влияют на работу политических партий

Научный руководитель – Яхшиян Олег Юрьевич

*Ушаков Данил Александрович*

*Студент (бакалавр)*

Государственный университет управления, Институт государственного управления и права, Москва, Россия

*E-mail: danyushakow01@yandex.ru*

Интернет технологии сильно изменили деятельность партийных организаций, теперь им приходится быть более гибкими и быстро реагировать на события происходящие в мире политики. Если раньше успешной считалась партия с большим количеством сторонников и развитой сетью региональных отделений, то теперь успех партий зависит от того, насколько эффективно функционируют социальные сети партийной организации и как члены партии и её лидеры общаются со своими сторонниками. Так же из-за влияния интернет технологий изменился и образ партий в восприятии избирателей. В современном российском обществе большинство людей не доверяют партиям. Недавнее исследование «Левада-центра» о доверии к основным социальным институтам показало, что 64% опрошенных не доверяют политическим организациям [4]. Из этого мы можем сделать вывод о том, что люди не видят острой потребности в представительстве своих интересов исключительно через партии в органах власти. Это признак естественной эволюции политических партий, когда их роль как института постепенно ослабевает и партии становятся больше похожи на сообщество профессиональных политиков и политологов. На смену традиционным политическим партиям приходят СМИ, которые перехватывают их функции и занимают главную роль в представительстве интересов различных социальных групп и властью [2].

Но все же момент, когда СМИ полностью заменят традиционные политические партии, не настал. На данный момент, мы живем в мире, где политические партии используют современные коммуникационные интернет-технологии для продвижения своих идей, достижения целей, таких как победа на выборах и общение с избирателями. В частности, активно используют социальные сети, которые позволяют не только продвигать идеи и предложения партии, но и напрямую вести диалог со своими избирателями. Стоит различать формы присутствия и активности партий в социальных сетях, где публикуются новости партийной организации, предвыборные программы, выступления наиболее ярких членов партии и многое другое. Это официальные страницы и блоги партии, где люди конечно могут задать вопрос написав свое сообщение на эту страницу, но не факт, что они получают ответ, так как назначение подобных страничек и блогов - это политический пиар и инструмент для мобилизации всех сторонников партии. Что касается личных страниц лидеров партий в социальных сетях, то тут уже другая картина. По сути они играют те же функции, что и страницы партий в социальных сетях, но есть отличие в назначении, масштабах и специфике аудитории. Личные страницы лидеров партий или членов партий, которые являются депутатами от партии занимаются построением личного бренда под эгидой своей партии, в первую очередь страницы членов партии направлены именно на это, а не на продвижение идей целой партии. Во-вторых, масштабы таких личных страниц, обычно, не превышают по количеству подписчиков страницы партий, так как люди, которые подписываются на личные страницы политиков партий либо являются сторонниками партии, либо активно интересуются партией и её лидерами, но не являются

сторонниками. Так же аудитория личных страниц политиков может состоять из избирателей на основе того, где был избран кандидата и на какую должность. Тогда личные страницы в этом случае нужны для общения со своими избирателями, чтобы решить их проблемы или ответить на волнующие их вопросы.

Ещё одной формой присутствия партий в интернет сети является сайт партии. Выделяются следующие функции партийных веб-сайтов: функция укрепления бренда партии, функция партстроительства, функция распространения информации и убеждения, функция артикуляции и объединения интересов, функция социализации и мобилизации, функция сбора партийных финансов, коммуникативная функция и создание партийных сообществ, функция связи с социальными сетями и другими сотрудничающими с партиями организациями в сети [3]. В марте 1998 года был открыт первый в истории российского Интернета персональный сайт политика, которым стал Б. Немцов тогда первый заместитель Председателя Правительства РФ. За первые два месяца его посетило около 70 тысяч пользователей [1]. С того момента многое изменилось, теперь сайты играют не такую большую роль, но все же остаются одним из главных инструментов политического пиара в интернете. В наше время мало кто следит за сайтами, сейчас основное внимание приходится на социальные сети, но это не делает сайты бесполезными. Сайт представляет из себя некий главный центр, где есть официальная и подтвержденная информация о партии, которая потом расходится по социальным сетям. Также сайт является лицом партии в интернет пространстве, главное, чтобы он был прост и понятен каждому и приятен глазу.

Влияние интернет технологий сильно меняет образ политических партий, что заставляет партии трансформироваться в новые организационные структуры, которые называют кибер-партиями.

Определяющим признаком кибер-партий является использование интернет-технологий для установления отношений между партией и избирателями. Сетевая структура интернета позволяет выстраивать коммуникацию, не используя традиционные средства массовой информации.

Ярким представителем кибер-партии в Российской Федерации можно считать партию «Новые Люди». Данная партия начала формироваться в условиях тотального карантина и по сути начала свою деятельность в интернет пространстве и ведет до сих пор. Для набора сторонников и участников партия «Новые Люди» использовала социальные сети как платформу для взаимодействия с избирателями. Довольно быстро партия приобрела популярность среди молодежи благодаря интернету. Интернет-технологии помогли партии смогла победить на муниципальных выборах в разных городах Российской Федерации и сейчас «Новые Люди» готовятся к выборам в Государственную Думу.

### Источники и литература

- 1) А к о п о в Г.Л. Основные проблемы новой сетевой политики политических партий и общественных организаций // Научно-культурологический журнал RELGA. 2004. № 8.
- 2) Балашов А.Н. Интернет-технологии как фактор повышения эффективности деятельности политических партий // Государственное управление. Электронный вестник Выпуск №49. Апрель 2015 г.
- 3) Сморгунюв Л.В., Щерстобитов А.С. Интернет как ресурс политических партий // Политические сети. Теория и методы анализа. М, 2018. С. 224-235.
- 4) Левада-центр. <https://www.levada.ru/2020/09/21/doverie-institutam/>