

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.
ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

На правах рукописи

Кафедра политических наук

**Информационно-коммуникативные технологии воздействия на
массовое сознание в ходе электоральных кампаний регионального
уровня**

АВТОРЕФЕРАТ

бакалаврской работы

студентки 5 курса 571 группы

Направление подготовки 41.03.04

«Политология» юридического факультета

Борисовой Анастасии Олеговны

Научный руководитель

доцент к.п.н.,

«_____» _____ 2025г.

В.Г.Семенова

Заведующий кафедрой

профессор, д.п.н.,

«_____» _____ 2025г.

А.А.Вилков

Саратов 2025 год

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Современные электоральные кампании характеризуются высокой интенсивностью взаимодействия со средствами массовой информации и широким использованием информационно-коммуникативных технологий (Далее - ИКТ). В условиях быстрого развития цифровых технологий и изменения медиаландшафта, влияние, которое оказывают ИКТ на массовое сознание, становится всё более значимым. Особенно актуально на региональном уровне, где выборы часто являются менее предсказуемыми и подвержены большему влиянию местных факторов.

Информационно-коммуникативные технологии, современные средства коммуникации, социальные медиа и цифровые платформы, радикально трансформируют традиционные подходы к политическому взаимодействию, предоставляя новые инструменты для агитации и вовлечения граждан. Эти технологии способствуют ускорению распространения информации, упрощению доступа к политическому контенту и созданию новых форм гражданского участия. Однако вместе с расширением возможностей для политической активности и участия, информационно-коммуникативные технологии также представляют собой средства для потенциального манипулирования и дезинформации, что ставит перед обществом и государством задачу разработки эффективных механизмов контроля и регулирования.

Изучение информационно-коммуникативных технологий воздействия на массовое сознание в ходе электоральных кампаний регионального уровня представляет собой актуальное и важное направление, способствующее пониманию современных политических процессов. Результаты данного исследования могут быть использованы как научное основание для практической деятельности политических акторов, а также стать полезными для разработки рекомендаций по улучшению электоральных практик и повышению их эффективности.

Степень научной разработанности проблематики использования информативно-коммуникативных методов в политике достаточно высока, о чем свидетельствует широкая база научных работ различных деятелей, которые внесли значительный вклад в изучение и формирование спектра основных аспектов использования информативно-коммуникативных методов в рамках политической деятельности.

Фундаментальные положения, из которых формируется анализ исследуемой темы, были разработаны в трудах таких авторов: как А.А. Казаков, Ю. В. Лобанов, П. А. Митасов, К. В. Наливайко, А. А. Алексеенко, И. Д. Остапов, Т. Н. Субботин и др. Перечисленные учёные в значительной степени повлияли на анализ вопроса использования информативно-коммуникативных методов в политике и рассмотрели его с различных сторон с учетом психологического и социологического аспектов формирования массового сознания.

К примеру, первая группа ученых (Ю.В. Лобанова, А.А. Казаков и Ю.Р. Тагильцева) подчеркивают важность медийной грамотности для защиты от манипуляций и пропаганды.

Вторая группа ученых (П.А. Митасов, К.В. Наливайко, А.А. Алексеенок, А.В. Волгутова, О.А. Якимова) придерживается позиции о том, что средства массовой информации, социальные сети и другие каналы коммуникации используются для манипуляции общественным мнением, создавая определенные стереотипы и установки среди различных слоев населения.

Третья группа ученых (Т.Э. Гринберг, И.Л. Недяк, Г.В. Пушкарева) акцентирует внимание на том, как ИКТ становятся важными инструментами в электоральных кампаниях регионального уровня. В своих исследованиях они обращают внимание на несколько ключевых аспектов, касающихся воздействия информационных технологий на массовое сознание.

Четвертая группа ученых И.Д. Остапов, Т.Н. Субботина и Л.С. Салемгареева акцентирует внимание на средствах массовой информации как источнике влияния на общественное сознание.

Пятая группа ученых, в которую входят Соловьев А.И., Кудашова В.Ю. и Очур А.М., придерживается несколько пессимистичного взгляда на влияние ИКТ на массовое сознание в ходе электоральных кампаний регионального уровня. Они выделяют ряд критических аспектов, подчеркивающих потенциальные негативные последствия использования ИКТ.

Таким образом, можно видеть, что тема использования информационно-коммуникативных технологий в политике и их влияние на электоральные процессы уже была широко освещена с различных точек зрения. Уровень научной проработанности данной проблематики достаточно высок, что подтверждается значительным вкладом различных авторов в изучение и формирование основных аспектов использования этих технологий в политической деятельности.

Вместе с тем, несмотря на обширные исследования в этой области, остаются недостаточно изученными такие аспекты, как способы эффективного контроля и регулирования манипуляций и дезинформации, возникающие в результате применения этих технологий, или особенности воздействия информационно-коммуникативных технологий в ходе электоральных кампаний на уровне региона РФ.

В связи с этим **целью исследования** является выявление особенностей использования информационно-коммуникативных технологий на массовое сознание в ходе электоральных кампаний регионального уровня.

Основными задачами представленной работы исходя из заявленной тематики выступают:

1. Выявить основные научные трактовки понятия информационно-коммуникативных технологий.

2. Проанализировать нормативно-правовые основы использования информационно-коммуникативных технологий в электоральных процессах.

3. Осуществить анализ специфики использования информационно-коммуникативных технологий во взаимоотношениях между властью и обществом в Саратовской области.

4. Оценить особенности использования информационно-коммуникативных технологий при проведении выборов в Саратовскую областную Думу 2022 года.

Объектом исследования выступает процесс применения информационно-коммуникативных технологий в ходе электоральных кампаний регионального уровня.

Предметом исследования выступают особенности применения информационно-коммуникационных технологий воздействия на массовое сознание в ходе электоральных кампаний регионального уровня.

Методы исследования:

1. Функциональный анализ предполагал изучение технологий и коммуникационных процессов по их назначениям и функциям, которые они выполняют в рамках электоральных кампаний.

2. Системный метод позволил изучить влияние внутренних и внешних факторов на результативность ИКТ в контексте электоральных кампаний, что позволило понять, как система в целом реагирует на изменения в этих факторах.

3. Сравнительный метод предполагал сопоставление различных объектов или явлений для выделения их основных характеристик и закономерностей. Сравнительный анализ позволил выявить использование разных ИКТ (например, традиционных СМИ против социальных медиа) и их воздействия на массовое сознание.

4. Метод наблюдения включал в себя активное и систематическое наблюдение за процессами и явлениями в естественных условиях. Непосредственное наблюдение за электоральными кампаниями в различных регионах, включало наблюдение за встречами кандидатов, мероприятиями и активностями в социальных сетях.

5. Социологический метод, а именно опрос общественного мнения включал в себя сбор данных о политической позиции граждан об использовании ИКТ на выборах и позволил получить информацию от респондентов о их мнениях, установках, и других аспектах, связанных с темой настоящего исследования.

Использование этих методов в комплексном подходе позволило глубже понять, как информационно-коммуникативные технологии влияют на массовое сознание в ходе электоральных кампаний, а также выявить особенности и закономерности этого процесса в различных региональных контекстах.

Источниковая база исследования. Выбор источников был predetermined темой исследования, спецификой объекта и предмета научной

работы, сформулированными целью и задачами, а также структурой работы и внутренней логикой.

К первой группе источников относятся нормативно-правовые акты, регулирующие информационно-коммуникативные технологии воздействия на массовое сознание в ходе электоральных кампаний регионального уровня. Другую группу источников составляют законы, отдельно регулирующие деятельность электоральных кампаний регионального уровня. Вышеперечисленная законодательная база составляет основу исследования и способствует поиску актуальных проблем и нахождения путей их решения.

Вторую группу источников составляют научные публикации, такие как статьи, монографии и диссертации, посвященные исследованию влияния информационно-коммуникативных технологий на электоральные процессы и массовое сознание. Эта группа включает работы, анализирующие теоретические аспекты коммуникаций в контексте выборов, эмпирические исследования об эффективности различных стратегий воздействия на избирателей, а также критические исследования, рассматривающие последствия использования этих технологий в электоральных кампаниях.

Третью группу источников составляют первичные источники: СМИ: Онлайн-порталы и региональные новостные агентства (например, «РБК», «Коммерсант», «ТАСС»). Социальные медиа (VK, Telegram) как платформы для распространения информации и взаимодействия с избирателями.

Телевизионные каналы, которые освещают электоральные кампании.

В целом, совокупность этих источников формирует комплексный подход к анализу электоральных кампаний, позволяя выявить как правовые, так и практические аспекты использования информационно-коммуникативных технологий.

Сайты партий: Официальные сайты политических партий, участвующих в выборах (например, сайт «Единой России», «Справедливой России» и др.). Специальные разделы о выборах, где публикуются агитационные материалы и информация о кандидатах.

Таким образом, анализ первичных источников показывает, что ИКТ значительно изменяют концепт электоральных кампаний на региональном уровне, позволяя кандидату интегрировать разнообразные подходы к связи с избирателями.

Структура работы обусловлена поставленными целями и задачами. Она состоит из введения, двух глав, четырех параграфов, заключения и библиографического списка использованной литературы.

СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обосновывается актуальность темы исследования, гипотеза и проблема, освещается степень научной разработанности и научной актуальности работы, также определяются объект, предмет, цели и

основные задачи исследования, излагается источниковая база и методологическая основа. Приводятся сведения об апробации и внедрении научных результатов.

В **первой главе** «Теоретико-методологические и нормативно-правовые основы изучения применения информативно-коммуникативных технологий в политике» дается характеристика основных научных трактовок понятий информационно-коммуникативных технологий. В современном мире ИКТ являются мощными механизмами трансформации общественной жизни, играя ключевую роль в политической коммуникации, формировании общественного мнения и управлении социальными процессами. Их многообразие и адаптивность делают возможным обеспечение эффективного взаимодействия между различными субъектами.

Важно отметить, что выработанное авторское понятие ИКТ позволит более детально понимать исследуемую сферу общественных отношений. В следующем параграфе следует раскрыть вопрос о нормативно-правовом регулировании использования ИКТ в электоральных процессах.

Актуальна проблема недоверия граждан к цифровым технологиям, отчасти потому, что взрослая часть населения не умеет пользоваться даже персональным компьютером, не говоря уже о том, чтобы разобраться, как проголосовать через систему ДЭГ.

Существующие программы для старшего поколения не популяризированы, а какие-то мало помогают. К примеру, «Азбука интернета». Причиной этому является то, что обучение проходит дистанционно через интернет (которым пенсионеры не знают, как пользоваться), а также курсы там платные, что также отталкивает граждан.

С нашей точки зрения, цифровизация избирательной кампании – процесс неизбежный, так как общество не стоит на месте, и цифровые технологии окружают нас в повседневной жизни. В избирательном процессе планируется внедрение.

Однако государством не решены проблемы разобщенности государственных информационных систем, всеобщего и беспрепятственного доступа к сети «Интернет» всех граждан, отстранение старшего поколения от благ информатизации, а также недостаточно качественно разработана нормативно правовая база действия цифровых технологий.

Также, в первой главе изложены нормативно-правовые основы использования информационно-коммуникативных технологий в электоральных процессах. Можно сделать вывод о том, что комплексное регулирование информационно-коммуникативных технологий в предвыборных кампаниях осуществляется через сочетание федеральных законов и актуальных практических рекомендаций Центральной избирательной комиссии, что позволяет эффективно адаптировать правила к быстро меняющимся условиям цифрового мира.

Во **второй главе** «Особенности использования информационно-коммуникационных технологий в ходе электоральных кампаний на примере Саратовской области» определяется специфика использования информационно-коммуникативных технологий во взаимоотношениях между властью и обществом в регионе. Применение различных коммуникативных технологий, включая социальные сети, выделяется как способ улучшения присутствия кандидатов и партий в сознании избирателей. Примеры активного использования социальных сетей определенными депутатами иллюстрируют, как современные технологии могут стать мощным инструментом для формирования позитивного имиджа и взаимодействия с избирателями.

Помимо этого, во втором разделе второй главы приводится анализ результатов, полученных в ходе анкетного онлайн-опроса на тему «Мнения граждан об ИКТ в электоральных процессах», который отражает особенности общественного восприятия использования информационно-коммуникативных технологий в электоральных кампаниях. Внедрение ИКТ в политическую сферу способствует повышению прозрачности выборных процессов и укреплению доверия к государственным институтам. Интернет позволяет гражданам больше участвовать в политической жизни, обмениваться мнениями и получать доступ к различной информации о кандидатах и выборах.

Опросы показывают, что население открыто к идее использования технологий на выборах, хотя и сохраняется определенный скептицизм в отношении их эффективности.

В **заключении** выполненное исследование подтвердило высокую значимость информационно-коммуникативных технологий (ИКТ) как средства воздействия на массовое сознание в электоральных кампаниях регионального уровня. Выявлено, что ИКТ активно используются как кандидатами, так и политическими партиями, трансформируя формат политической коммуникации, расширяя каналы агитации и повышая уровень вовлечённости избирателей.

На примере выборов в Саратовскую областную думу 2022 года показано, что цифровые инструменты, такие как социальные сети и мессенджеры, способствуют росту политической активности, особенно среди молодёжи. Опрос продемонстрировал преимущественно позитивное восприятие ИКТ населением, несмотря на сохраняющееся недоверие к некоторым формам онлайн-голосования.

Полученные результаты могут быть использованы для повышения эффективности региональных избирательных стратегий и совершенствования механизмов политической коммуникации в условиях цифровизации.

