

## **Цифровой имидж политика как элемент электронной демократии**

**Полина Дмитриевна Ямина,**

*бакалавр 4-го курса обучения*

*Уральский гуманитарный институт*

*Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина,*

*Екатеринбург, Россия*

*pyamina@mail.ru*

**Аннотация.** Данная работа посвящена рассмотрению основных инструментов формирования цифрового имиджа политического деятеля в контексте электоральной демократии. Выявлены ключевые особенности политической интернет-коммуникации, а также современные тенденции электорального поведения.

**Ключевые слова:** цифровизация, электронная демократия, социальные сети, цифровой имидж кандидата, коммуникация

## **Digital Image of a Politician as an Element of E-Democracy**

**Polina D. Iamina,**

*Undergraduate Student of the 4th year*

*Ural Institute for Humanities*

*Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia*

*pyamina@mail.ru*

**Abstract.** This work is devoted to the consideration of the main tools of formation of the digital image of a political figure in the context of electoral democracy. The key features of political Internet communication are revealed, as well as current trends in electoral behavior.

**Keywords:** digitalization, electronic democracy, social networks, candidate's digital image, communication

Цифровизация и интернет-коммуникации с каждым годом сильнее влияют на состояние политической системы и гражданского общества. Под воздействием цифровых технологий появился феномен электронной демократии, суть которого в политической науке в на-

стоящее время не имеет единого толкования. В данной статье термин «электронная демократия» рассматривается в качестве использования цифровых технологий органами власти, партиями и институтами гражданского общества с целью обеспечить каналы коммуникации и повысить участие граждан в управлении государством [1].

Одним из направлений развития электронной демократии является переход от косвенной коммуникации политических деятелей с избирателями (через СМИ) к прямой — через аккаунты в социальных сетях, каналы в мессенджерах и пр. К основным особенностям такой коммуникации относятся оперативность, отсутствие цензуры, быстрая обратная связь, обеспечение доверия электората за счет иллюзии прямого общения.

Коммуникация с электоратом посредством цифровой среды становится важным элементом избирательной кампании. Живые выступления уступают место «цифровому имиджу», формирующемуся в результате обработки «цифровых следов», оставленных кандидатом. Целью данной статьи является выявление основных инструментов формирования цифрового имиджа кандидата с учетом современных тенденций электорального поведения.

Одним из самых эффективных инструментов формирования цифрового имиджа является активность политических деятелей в социальных сетях. Это позволяет кандидатам сосредоточить вокруг себя молодежную и наиболее прогрессивную часть населения, увеличить частоту упоминаний в СМИ и, как следствие, повысить электоральный рейтинг. Наиболее популярными площадками для продвижения сегодня являются Telegram, Instagram\* и Twitter.

Ярким примером качественного Instagram-аккаунт политика является аккаунт губернатора Свердловской области Е. В. Куйвашева. Его профиль отражает активную вовлеченность губернатора в жизнь региона и поддерживает его образ искреннего, порядочного, а главное надежного человека. Регулярные публикации демонстрируют его активное участие в благотворительности, поддержке представителей малого и среднего бизнеса, а также неравнодушие к жизни региона и, конечно, страны.

---

\* Признана экстремистской организацией и запрещена в России.

Подобные коммуникации порождают новые формы подачи интернет-контента, отличающиеся краткостью, понятностью, ироничностью и самоироничностью. К таким формам можно отнести мемы — изображения политических деятелей, дополненные нелепыми атрибутами или текстом, а также объединение в единый текст или видеоряд высказывания политиков, вырванные из контекста. По словам исследователей, «цифровая медиасреда не уважает целостность информации» [2].

Подобную тенденцию можно объяснить формированием клипового мышления, настройкой сознания людей на фрагментарное восприятие реальности. Э. Тоффлер сравнил такую картину мира с черепками, из которых каждый пользователь может выбрать «самые забавные» и «сложить наобум» [3].

Таким образом, основным инструментом при формировании цифрового имиджа кандидата служит неформальная коммуникация, осуществляемая, как правило, через социальные сети. Подобное взаимодействие с электоратом делает цифровой образ политика более релевантным в глазах избирателей и охватывает большее количество социальных групп населения.

#### **Список источников**

1. *Чижов Д. В.* Векторы развития электронной электоральной демократии // Информ. общество. 2019. № 3. С. 11–22.
2. *Неяскин Г. Н.* Интернет в политических кампаниях США и России. URL: [https://www.hse.ru/data/2010/08/22/1221647015/Neyaskin\\_Internet.pdf](https://www.hse.ru/data/2010/08/22/1221647015/Neyaskin_Internet.pdf) (дата обращения: 12.02.2022).
3. *Тоффлер Э.* Третья волна. М. : АСТ, 2004. 119 с.