

Секция «Журналистика»

**Социальные сети как инструмент политической борьбы (на примере предвыборной кампании бывшего кандидата на пост президента США)**

**Мишель Бахман)**

**Шамфарова Мария Александровна**

*Студент*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет*

*журналистики, Москва, Россия*

*E-mail: maria.shamfarova@gmail.com*

Немногие осознают, до какой степени влияет развитие Интернета на все без исключения аспекты жизни современного общества. Распространение социальных сетей предоставляет аналитику возможность определить с недоступной прежде точностью количество людей с активной гражданской позицией. Но там, где исследователи ограничиваются сбором статистики, заинтересованные лица видят мощнейший инструмент влияния. Вполне естественно, что политики развитых стран уделяют все больше внимания этой уникальной возможности взаимодействовать с народом напрямую, изучать и видоизменять общественное мнение.

Существует множество инструментов политической борьбы. Среди них и теледебаты, и агитационные плакаты, и автобиографические книги. Развитие Интернета и появление социальных сетей подталкивает политтехнологов к обновлению арсенала.

На примере предвыборной кампании выбывшей из президентской гонки представительницы республиканской партии США Мишель Бахман (Michele Bachmann) автор рассматривает новые способы коммуникации с электоратом.

Политический ландшафт Соединенных Штатов Америки выбран по причине четко выраженного действующего режима демократии. Предстоящие выборы - вторые в истории США, в подготовке которых полностью используются ресурсы Интернета. Уже в 2008 году, согласно данным исследования проекта The Pew Internet & American Life Project, более половины совершеннолетних американцев использовали Интернет в качестве источника новостей о предвыборной борьбе и кандидатах [2].

Все претенденты на пост президента на выборах в 2012 году зарегистрированы в сети Facebook, у каждого есть сайт. Политики регулярно обновляют свои страницы: пишут о продвижении собственных кампаний, откликаются на события в мире, рекламируют свои будущие и комментируют прошедшие выступления. При этом они не ограничиваются текстом: Facebook позволяет загружать видео и фотографии, давать ссылки на внешние источники.

В основе исследования лежит опыт наблюдения автора за активностью Мишель Бахман и ее представителей в социальной сети Facebook, системе микроблогов Twitter и на сайте, выполняющем функцию видеохостинга, YouTube; приводится соответствующая статистика.

Необходимо учитывать, что все вышперечисленные новые инструменты взаимодействия представляют собой, помимо прочего, воистину гигантские площадки для выступлений. Сетью Facebook, по данным на февраль 2012 года, активно пользуются более 845 миллионов человек [3]. Youtube к январю 2012 года достиг 4 миллиардов

просмотров видео ежедневно [1]. В системе Twitter, по состоянию на январь 2012 года, зарегистрировано более 500 миллионов пользователей [4].

Автор анализирует созданный при помощи сети Интернет образ политика, методы, используемые для увеличения числа избирателей. Изучив структуру постов в социальных сетях, автор проводит параллель с принципом составления так называемых «продающих», маркетинговых текстов, выводит систему ключевых понятий, типичных для среднестатистического обращения американского политика к людям.

Тема исследования видится автору актуальной: с очевидностью возможности Интернет-технологий в дальнейшем будут расширяться, политика же в условиях демократии продолжит искать подходы к избирателям. Кроме того, подобная форма общения только начинает осваиваться политиками в России, и зарубежный опыт работы с новой коммуникационной средой может оказаться полезным в будущих российских политических кампаниях.

### **Литература**

1. Oreskovic, Alexei. Exclusive: YouTube hits 4 billion daily video views: <http://www.reuters.com/google-youtube-idUSTRE80M0TS20120123>
2. Smith, Aaron. The Internets Role in Campaign 2008: <http://pewinternet.org/Reports/2009/6-The-Internets-Role-in-Campaign-2008/1-Summary-of-Findings.aspx>
3. Protalinski, Emil. Facebook has over 845 million users: <http://www.zdnet.com/blog/facebook/has-over-845-million-users/8332>
4. Some statistics on new Twitter accounts: <http://www.twopblog.com/2012/01/some-statistics-on-new-twitter-accounts.html>