

Секция «Политическая коммуникация в современном мире»

Медийность политики в современном обществе

Маринович Анна Николаевна

Аспирант

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н.Ельцина,
Екатеринбург, Россия

E-mail: amarinovich@yandex.ru

В современном обществе политика все больше становится массмедийной: госслужащие - более открытыми, дипломатия - более публичной, в политическом пространстве появляются новые акторы, в следствие чего происходит перераспределение власти, а легитимность власти во многом формируется посредством грамотного выстраивания коммуникации и диалога с гражданами и представителями СМИ. Так, неотъемлемым атрибутом глав государств является не только официальный сайт, на котором оперативно обновляется информация о деятельности чиновников, но и аккаунты в социальных сетях, госслужащие разных стран нередко «общаются» посредством постов в Twitter или Facebook, а террористическая группировка ДАИШ, запрещенная в России, делает заявления и вербует последователей посредством грамотной информационной кампании в интернете.

М. Кастельс полагает, что следствием информатизации общества и быстрого увеличения вертикальных и горизонтальных сетей коммуникации среди граждан стало то, что госслужащим следует быть более дальновидными и открытыми, так как доверие населения по отношению к правительству во многом зависит от грамотно выстроенной политической коммуникации [3]. Политолог отмечает, что открытость - не только желательное качество для политика, но и необходимое средство для поддержания репутации. Подобные действия требуют смелости, лидерских качеств, уверенности, однако если обратная связь с гражданами будет налажена, существует меньшая вероятность, что лидеры потеряют власть.

«Интернет-тенденцию» отметил и успешно использовал еще в 2007-2008 годах в предвыборной кампании Б. Обама, когда политтехнологи будущего президента провели грамотный интернет-PR. Летом 2007 года в YouTube появился клип Лии Коффман «I got a Crush... on Обама» [5], который в первую неделю посмотрели около миллиона человек (сегодня количество просмотров чуть менее 27 млн). В феврале 2008-го в YouTube появляется еще один ролик «Yes, we can» [6] (ранее Обама выступил с речью «Yes, we can» в Нью-Хэмпшире), в котором задействованы известные американские певцы и актеры. Сегодня видео также насчитывает чуть менее 26 млн просмотров. Штаб будущего президента использовал интернет и как рекламную площадку, и как площадку для сбора средств: для продвижения Б. Обамы создали предвыборный сайт, который содержал собственную социальную сеть, ссылки на другие соцсети: Facebook, LinkedIn, Flickr, YouTube и платформу онлайн пожертвований. Пожертвования от частных лиц обе предвыборные кампании составляли большую часть взносов. Через интернет Обама не раз устанавливал рекорды [4] по сбору пожертвований [1], так, в 2012 году он собрал 934 млн долларов, 68% которых составили частные взносы, при этом больше половины всех пожертвований были меньше 200 долларов [2].

Современные онлайн ресурсы предоставляют широчайшие возможности конструировать различные сети коммуникации как между субъектами политической коммуникации, между средствами массовой информации и получателями этой информации, так и между гражданами. Как нам представляется, интернет повлиял не только на открытость и медийность политиков, но и на коммуникацию в сфере политики. Полагаем, что современная политическая коммуникация не только среди представителей власти (к приме-

ру, электронный документооборот), но и между госслужащими и гражданами во многом происходит посредством интернета и СМИ. Политическая коммуникация подразумевает уже не одностороннюю подачу информации от СМИ к читателям, от элит к массе, от политических институтов к избирателям, а включает в себя самые разнообразные, как формальные, так и неформальные коммуникационные процессы. Информационный обмен и взаимодействие осуществляются не только вертикально «от представителей власти к гражданам», но и горизонтально: среди граждан и среди институтов власти, от граждан к госслужащим и наоборот. То есть одним из важнейших свойств политической коммуникации в интернете являются практически неограниченные возможности по выстраиванию сетей взаимодействия.

Полагаем, можно смело утверждать, что с учетом новых тенденций современная политическая коммуникация - это процесс передачи, производства, воспроизводства и обмена информацией нередко посредством интернета, способной оказывать воздействие на предпочтения, поведение и решения как отдельных индивидов, общественности в целом, так и политических институтов.

Источники и литература

- 1) Барак Обама отказался от бюджетного финансирования кампании // Lenta.ru: <http://lenta.ru/news/2008/06/19/forgo/>.
- 2) Касьян А. Обама vs. Ромни: избирательная кампания в США в основных фактах // Forebs: <http://www.forbes.ru/sobytiya-slideshow/192391-obama-vs-romni-izbiratel'naya-kampaniya-v-ssha-v-osnovnyh-faktah/slide/1>.
- 3) Castells M. Democracy in the age of the Internet // Journal of contemporary culture. 2011. № 6. – P. 96–103.
- 4) Claire C. M. How Obama's Internet Campaign Changed Politics // The New York Times Blog. 2008: <http://bits.blogs.nytimes.com/2008/11/07/how-obamas-internet-campaign-changed-politics/>.
- 5) Crush On Obama: <https://www.youtube.com/watch?v=wKsoXHYICqU>.
- 6) Yes We Can - Barack Obama Music Video: <https://www.youtube.com/watch?v=jjXyqcxmYY>.