

Секция «Политические науки»

Использование Интернета как инструмента в ходе избирательной кампании

Грушина Екатерина Павловна

Студент

Ярославский государственный университет имени П.Г.Демидова,

Социально-политических наук, Ярославль, Россия

E-mail: katrin_verdi@mail.ru

В эпоху информатизации и глобализации Интернет – неотъемлемая часть политического процесса. На сегодняшний день – это пространство для политической коммуникации, агитации и фандрайзинга. По сравнению с другими каналами передачи информации Интернет имеет целый ряд преимуществ:

- Интернет работает 24 часа в сутки, т.е. в течение этого времени все желающие могут получить интересующую их информацию.

- Интернет обеспечивает возможность прямой и косвенной агитации.

- Возможность менять информацию в зависимости от ситуации.

- Возможность создания обратной связи

- Возможность использования всех форм предоставления информации (аудио, видео, текст).

Схематично, весь анализ политической активности в виртуальном пространстве можно разделить на несколько основных групп:

1) Тематический анализ политической составляющей интернета (выявление наиболее популярных политических тем в интернете и обнаружение некой взаимосвязи между интересующими компонентами).

2) Количественные показатели (число фоловеров, лайков, перепостов и т.д.)

3) Показатели политической активности группы людей в интернете.

4) Метрики, позволяющие оценить именно качество (глубину) интернет активности на том или ином политическом ресурсе (этот показатель включает в себя среднее количество просмотров страниц сайта, которые совершают пользователи за одно посещение, рейтинг одобрения, рейтинг распространения, рейтинг обсуждения).

В качестве инструмента в период избирательной кампании Интернет начали применять еще в прошлом веке в США. Широко известной стала кампания, развернутая в Сети предвыборным штабом Барака Обамы. В дальнейшем многие из практик, примененных тогда, нашли отражение в период выборов в России даже на региональном уровне (выборы мэра г. Ярославля, кандидат Е. Р. Урлашов. Совпадение стилистики интернет направления кампании, предвыборный лозунг «Да, мы сможем!» англ. версия «Yes, we can!»).

В целом активное использование Интернет технологий в период избирательной кампании в России началось после выборов в Государственную Думу в декабре 2011 года. Тогда Интернет являлся основным ресурсом и инструментом борьбы оппозиции (протестные движения зарождались и культивировались именно в Сети).

В марте 2012г. (выборы Президента РФ) Интернет технологии стали активно использоваться и штабом В.В. Путина, в противовес этому активная работа в «всемирной паутине» велась в поддержку М. Д. Прохорова. организации.

В качестве основных особенностей интернет активности сторонников М. Д Прохорова можно выделить следующие положения:

- большое количество сообщений от первого лица, создается впечатление, что он лично контролирует группу.

- информация в сообществах посвящена непосредственно самому Михаилу Дмитриевичу, а не действиям его конкурентов и политической обстановке в целом.

- В отличие от сторонников В. В. Путина участники групп в поддержку Прохорова активно размещали информацию о нем, за пределами сообществ.

- Значительное число записей в главной ленте публиковалось посетителями, а не только руководством интернет страницы.

Если рассматривать региональный уровень, то на территории Ярославской области политизирование интернет пространства достигло своего апогея в период избирательной кампании на пост мэра областного центра. Помимо уже привычных вбросов информации, компромата, стали популярными вирусные видео, мемы, аватарки, запись аудиообращений, призывающих голосовать за одного из кандидатов.

Во время выборов депутатов муниципалитета г. Ярославля каждый кандидат считал необходимостью даже формальное присутствие в Интернете, в частности в социальных сетях, информируя на своих страничках электорат о ходе избирательной кампании, налаживая тем самым обратную связь. Многие из кандидатов, победивших на выборах по-прежнему продолжают вести работу в режиме «online», вероятно, с расчетом на следующий электоральный цикл.

Литература

1. Бронников И.А. Интернет как ресурс политической власти // Право и
2. Малькевич, А. А. Использование избирательных Интернет-технологий в XXI веке: опыт, механизмы, эволюция, перспективы развития // Среднерус. вестн. обществ. наук. – 2010. – № 2.
3. <http://csef.ru/index.php/ru/politica-i-geopolitica/project/491-revolution-of-the-xxi-century-non-violent-methods/1-stati/3964-mekhanizm-i-tseli-politicheskoy-kommunikatsii-v-sotsialnykh-setyakh-popytka-ustanovit-gorizont-al-obshcheniya-s-naseleniem>
4. <http://runet.fom.ru/Proniknovenie-interneta/10738>
5. Исследование социальных медиа в России // Информационный портал: <http://cossa.ru>. - М.: 2010. - 1 веб-страница. - URL: <http://cossa.ru/articles/149/2467/> политика. 2011. № 6.