

Секция «Политическая, культурная и социальная география. Страноведческие и краеведческие исследования»

Использование социальных медиа в качестве инструмента влияния на электоральное поведение при проведении избирательных кампаний

Алексеев Сергей Сергеевич

Выпускник (бакалавр)

Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия

E-mail: sergalexeyev@mail.ru

Социальные медиа - на порядок более тотальное и всеохватывающее средство массовой информации, чем любое другое существовавшее до этого. Использование социальных сетей во время избирательных кампаний становится обыденной практикой в наше время. Наличие структурированной и активной группы пользователей в социальной сети, поддерживающих какую-либо партию или какого-либо кандидата, является весомым аргументом в победе на предстоящих выборах.

Исследование электорального поведения пользователей социальных медиа является актуальным, в том числе, по причине всё большей вовлечённости в них как рядовых граждан, так и политических организаций. За последнее время продвижение в социальных медиа стало одним из решающих факторов на пути к победе на выборах по всему миру. Примерами здесь могут послужить Парламентские выборы в Австралии (2007), Президентские выборы в США (2008). Присутствие в социальных медиа и наличие собственных агентов - превосходный инструмент для координации и организации работы сторонников партии и её лидеров.

Целью исследования является выявление особенностей трансформации электорального поведения пользователей социальных медиа в ходе проведения мероприятий в социальных медиа в рамках избирательной кампании. В ходе исследования было проанализировано поведение кандидатов в президенты США на предстоящих выборах (2016) в социальных медиа: рассматривалась основная направленность и тематика публикуемого контента в социальных сетях Facebook, Twitter, Instagram и пр. Основное внимание было уделено кандидатам от Республиканской партии Дональду Трампу, Теду Крузу, Марко Рубио и Джебу Бушу, от Демократической партии - Хиллари Клинтон и Берни Сандерсу. Также был проведён анализ поведения сторонников конкретных кандидатов среди рядовых пользователей социальных медиа.

Среди основных заключений, полученных в ходе исследования, стоит отметить, что, во-первых, присутствует трансформация сознания рядовых пользователей социальных медиа: авторитет и вес конкретного кандидата не накапливается в ходе кампании, но зарабатывается каждый раз заново. Социальные медиа консолидируют людей в группы по интересам, рядовые пользователи, с одной стороны, сами выбирают, какой посыл им улавливать, с другой стороны, в отличие от традиционных медиа социальные медиа имеют авторитарное преимущество над ожиданиями пользователя, благодаря фильтрации информационных потоков и ограниченному набору действий, который возможно с ними осуществить. Во-вторых, присутствует трансформация поведения кандидатов в традиционных медиа (на телевидении, в традиционной прессе) и политического дискурса в целом: изменяется стиль общения с электоратом, а также тон и содержание политических заявлений. Сам по себе политический дискурс становится менее аккуратным при обсуждениях, теряет тонкость и открытое и законченное критическое мышление.

Источники и литература

- 1) Аксенов К. Э. Тайны избирательного бюллетеня. Электоральные бури и штиты Северной столицы 1989-2004 / К. Э. Аксенов – СПб., 2008.
- 2) Anderson, M. More Americans are using social media to connect with politicians / M. Anderson // Pew Research Center [Electronic resource]. – 2015 – Mode of access: <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2015/05/19/more-americans-are-using-social-media-to-connect-with-politicians>. – Date of access: 29.02.2016.
- 3) Brousell, L. Why social media could swing the 2016 presidential election / L. Brousell // CIO.com – 2015 – Mode of access: <http://www.cio.com/article/2976083/social-networking/why-social-media-could-swing-the-2016-presidential-election.html>. - Date of access: 29.02.2016.
- 4) Carr, N. How Social Media Is Ruining Politics / N. Carr // POLITICO [Electronic resource]. – 2015 – Mode of access: <http://www.politico.com/magazine/story/2015/09/2016-election-social-media-ruining-politics-213104>. - Date of access: 29.02.2016.