

Современные политические технологии (на примере избирательной кампании Вл. Зеленского)

Научный руководитель – Сукачева Светлана Кирилловна

Сукачева С.К.¹, Фролова М.В.²

1 - Санкт-Петербургский государственный университет, Факультет политологии, Санкт-Петербург, Россия, *E-mail: st070070@student.spbu.ru*; 2 - Санкт-Петербургский государственный университет, Факультет политологии, Санкт-Петербург, Россия, *E-mail: mariya.frolova.2019@gmail.com*

В современном мире происходит быстрое устаревание технологий избирательного процесса в связи со стремительным развитием средств массовой коммуникации. Эта и ряд других причин способствуют появлению новых технологий ведения предвыборных кампаний как на муниципальном уровне, так и на государственном. Если еще несколько лет назад эффективными считали распространение агитационных материалов и личное формальное взаимодействие кандидатов с электоратом, то в наши дни все чаще кандидаты прибегают к использованию в своих кампаниях интернет-технологий, включая видеохостинг YouTube, платформы ВКонтакте, Instagram и др. [1], что предполагает неформальную коммуникацию, а также использование юмора как политического инструмента, использование источников медиа- и телекоммуникации.

В данном исследовании на основании проведенного дискурс- и контент-анализа предпринята попытка выявления и описания избирательных технологий, которые были использованы кандидатом в Президенты Украины на выборах 2019 года, Владимиром Зеленским. Так, в своей избирательной кампании Зеленский использовал конструктивные и деструктивные технологии [2,4]. Первые были направлены на создание образа «идеального» Президента, а вторые - на разрушение имиджа его оппонента, которым являлся Петр Порошенко. Команда Вл. Зеленского, для которой, как и для самого политика, опыт постоения избирательной кампании в 2019 году был первым, использовали большое количество новых политических инструментов. Многих исследователей и по сей день интересует, почему «Украина предпочла «клоуна» тяжеловесным политикам» [4]. Во многом победа Зеленского обусловлена грамотно проведенной кампанией.

Проведенное исследование показало, что на успешность кампании Зеленского повлияло несколько факторов: 1. Образ политика «от народа», который был сформирован у электората сериалом «Слуга народа» и успешно поддерживался Вл. Зеленским на протяжении всей кампании; 2. Ощущение «близости» к народу, обусловленное использованием таких средств неформальной коммуникации как политический юмор, который использовался Зеленским в официальных обращениях и в социальных сетях; 3. Разрушение имиджа П. Порошенко; 4. Агрессивная агитация в социальных сетях [3].

Источники и литература

- 1) Беляков Николай Станиславович, Кургачева Кристина Дмитриевна ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2019. №1.
- 2) Кононов М.М. Особенности современных информационно- политических технологий и их классификация // Социально-гуманитарные знания. 2008. №3.

- 3) Охотникова Мария Анатольевна, Дзюба Елена Александровна, Прокопчук Дмитрий Дмитриевич ПРЕДВЫБОРНЫЕ ПРОГРАММЫ ДВУХ ГЛАВНЫХ КАНДИДАТОВ НА ПОСТ ПРЕЗИДЕНТА УКРАИНЫ В 2019 ГОДУ: ВЛАДИМИРА ЗЕЛЕНСКОГО И ПЕТРА ПОРОШЕНКО // E-Scio. 2019. №8 (35).
- 4) Жежко-Браун Ирина Витальевна СЕРИАЛ "СЛУГА НАРОДА" КАК ПОЛИТТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ СЦЕНАРИЙ ПРЕЗИДЕНТСКОЙ КАМПАНИИ ЗЕЛЕНСКОГО // Идеи и идеалы. 2019. №3-1.