

Секция «Журналистика»

Роль социальных медиа в президентских кампаниях Латинской Америки (на примере Венесуэлы и Эквадора)

Филаткина Гелия Сергеевна

Аспирант

МГУ - Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,

Факультет журналистики, Москва, Россия

E-mail: geliya_sun@list.ru

Среди стран Латинской Америки Венесуэла занимает первое место по количеству пользователей социальных сетей facebook и Твиттер. В facebook зарегистрировано более 9,5 млн. венесуэльцев, или 33 % населения страны, а в Твиттере – около 3,5 млн., или 12%. В отличие от других стран в Венесуэле Твиттер является источником всех политических новостей страны. Почти каждый крупный чиновник в Венесуэле имеет аккаунт на этом популярном сервисе микроблогов, а из 23 венесуэльских штатов Твиттером пользуются в основном жители столичного штата (Distrito Capital), в котором происходят основные политические события.

Политизированность Твиттера в Венесуэле связана с тем, что личный аккаунт в этой социальной сети имеет сам президент, что позволяет пользователям обращаться к лидеру страны непосредственно через социальную сеть, минуя сложные бюрократические препятствия. Уго Чавес завел аккаунт в Твиттере @chavezcandanga (в переводе с исп. «Чавес-черт», «Чавес-дьявол») в апреле 2010 г. для идеологической борьбы с оппозицией и общения со своими гражданами. По названию аккаунта своих фолловеров Чавес называет «candangueros».

В течение предвыборной президентской кампании, проходившей в Венесуэле с 1 июля по 7 октября 2012 г., Чавес и его оппоненты чаще прибегали к новому «идеологическому оружию», чем к традиционным СМИ. Это объясняется тем, что Твиттер и другие социальные сети стирают границы традиционной иерархии и ставят всех – политиков, журналистов, обычных пользователей – на один уровень, позволяя свободно общаться и обмениваться идеями. За четыре месяца количество фолловеров Твиттера Чавеса увеличилось с 3,1 млн. до 3,5 млн. По числу подписчиков Уго Чавес стал первым президентом в Латинской Америке и вторым в мире после Барака Обамы.

Главный оппонент Чавеса на выборах – губернатор штата Миранда Энрике Каприлес Радонски – завел свою страничку в Твиттере (@hcapriles) раньше, чем Чавес, – в июле 2009 г. Во время президентской гонки число подписчиков аккаунта представителя оппозиции выросло с 1,1 млн. до 1,4 млн. По этому показателю его микроблог занял третье место в Венесуэле, отставая от аккаунта президента и оппозиционного частного венесуэльского телеканала Globovisión.

Во время предвыборной гонки Твиттер стал основным агитационным средством главных соперников в борьбе за своих избирателей. И хотя твиты Чавеса и Каприлеса не раскрывали положений их политических программ, по словам, которые кандидаты употребляли наиболее часто в своих сообщениях, можно понять, какую политическую позицию они занимают. Так, например, в твитах Энрике Каприлеса чаще встречались слова: венесуэльцы, прогресс, страна, качество, образование, развитие, доступ, благополучие, возможности, иметь. Такой лексический подбор не случаен: электорат Каприлеса

– молодые амбициозные венесуэльцы, предприниматели, которые хотят развивать свой бизнес, будучи уверенными в справедливости законов, принимаемых правительством.

В сообщениях президента Чавеса повторялись следующие слова: национальный, производство, развитие, социальный, народ, укрепить, Венесуэла, народный, консолидировать, боливарианский. Как видно, программа Чавеса, в отличие от программы его оппонента, имеет более общий характер и адресована не конкретной категории граждан, а всем гражданам страны.

Итог выборов не был столь предсказуемым, как все предыдущие, однако победа Уго Чавеса оказалась довольно внушительной – за него проголосовало 54 % избирателей, тогда как за Энрике Каприлеса – 45 %.

В Эквадоре социальные сети так же очень популярны, как и в Венесуэле. Так, в 2012 г. в facebook было зарегистрировано 4,3 млн. эквадорцев, т.е. почти все интернет-пользователи страны (4,5 млн.), а в Твиттере – 600 000 пользователей. Кроме этого, особый интерес для пользователей представляет YouTube, т.к. ведущие политические деятели страны нередко размещают свои видеобращения к гражданам в этом крупнейшем в мире видеохостинге.

17 февраля 2013 г. Эквадор выбирал президента и парламент. На пост главы государства претендовали восемь кандидатов. Основная борьба развернулась между действующим президентом Рафаэлем Корреа, для которого эта кампания стала уже третьей по счету, и экс-банкиром Гильермо Лассо. Поскольку в Эквадоре facebook более популярен, чем Твиттер, основные политические дискуссии были перенесены именно в эту социальную сеть.

На начало предвыборной кампании (5 января 2013 г.) аккаунт Корреа в facebook насчитывал около 310 тыс. пользователей, в то время как аккаунт его главного соперника – около 280 тыс. В отличие от Венесуэлы, эквадорские политики активно используют фотографии и видеоматериалы в социальных сетях. Лассо предпочитает сопровождать свои записи фотографиями, а Корреа – видеороликами. Так, перед выборами последний обратился к своим подписчикам в facebook с помощью видеоролика, в котором поблагодарил их за поддержку в социальных сетях. Корреа признал, что каждый раз, когда он размещает те или иные пункты своей политической программы в социальных сетях, это вносит значительный вклад в его предвыборную кампанию.

В отличие от венесуэльской предвыборной кампании, в Эквадоре кандидаты сосредоточились не на взаимных обвинениях, а на своих политических программах. Бывший банкир Гильермо Лассо, выступавший от политического движения «Крео», размещал на своей страничке политические речи, в которых выступал против увеличения роли государства в экономике, в случае избрания обещал оказывать поддержку частным предпринимателям, поскольку все это позволит улучшить инвестиционный климат в стране и сделает ее серьезным игроком на международном рынке.

В свою очередь, Рафаэль Корреа ратовал за продолжение «гражданской революции», начатой им во время предыдущего президентского срока: прогрессивные социальные преобразования (доступная медицина, образование для всех, строительство национального жилья), забота о беднейших слоях населения, построение социализма XXI века – все эти пункты программы на фоне предшественников, обслуживавших интересы олигархии и эквадорской элиты, ярко выделяли Корреа как защитника национальных интересов.

Уже в первом туре президентских выборов Корреа набрал почти 61 % голосов, опередив своего ближайшего соперника на 40 %.

Таким образом, социальные медиа являются мощным избирательным инструментом. В отличие от традиционных СМИ, они делают политическую коммуникацию более непосредственной и открытой и способны существенным образом влиять на ход избирательных процессов.

Литература

1. Correa lidera campaña electoral en redes sociales y encuestas // <http://eltiempo.com.ve/mundo/lidera-campana-electoral-en-redes-sociales-y-encuestas/79647>
2. Ecuador, el campeón latino en redes sociales // <http://www.eltiempo.com.ec/noticias-cuenca/83099>
3. Facebook: www.facebook.com
4. Jaime López. Chávez se hace “bloguero” // <http://www.elmundo.es/america/2010/03/22/noticias/1269285539.html>
5. Twitter: <https://twitter.com>
6. Venezuela es el 9° país del planeta que más usa las redes sociales, según ComScore // <http://www.noticias24.com/venezuela/noticia/131320/>