

более 69% жителей США имели домашний доступ к Интернету, а около 86% пользовались Всемирной Сетью дома или на работе.

Многолетнее наступление политического Интернета показало, что политики привели не только к повышению влияния принципиально нового типа игроков - блоггеров, но и к увеличению числа скандалов, поляризации взглядов избирателей и расширению традиционного раскола между «красными» (сторонники Республиканской партии) и «синими» (сторонники демократов) [3].

В странах с широким распространением Интернета, таких как Европа и США, сеть уже становится основным местом для политической риторики, причем в ход идут как «белые» методы - открытие сайтов и блогов партий, так и «черные» - агитационный спам, клевета на форумах и досках объявлений.

Кроме того, аналитики отмечают интересную тенденцию - жители промышленно-развитых стран Европы и США в общей массе довольно слабо интересуются политикой, однако Интернет в данном случае заметно политизировал массы. Избиратели почти не реагируют на политическую рекламу по телевизору, еще меньше внимают данным политическим агитационных газет, а вот к сети относятся с большим доверием.

Специалисты говорят, что в будущем данная тенденция лишь усилится и посетителям Сети стоит готовиться к широкой политизации Интернета.

Среди основных причин популярности Интернета как средства для обсуждения политики и продвижения политических партий специалисты называют, как ни странно, высокоскоростной доступ. Дело в том, что за последние пару лет в мире наблюдается бум высокоскоростных подключений, вместе с которыми выросла и Интернет-аудитория, увеличилось количество времени, проводимого в сети. Одновременно с этим широкополосное соединение позволяет получать более разнообразный контент - не только текст и картинки, но и видео- и аудиозаписи.

«Сегодня более 15% населения в одних лишь США говорят, что перелом, как пойти на недавние выборы в Конгресс внимательно изучали Интернет и все то, что здесь написано о политиках. На прошлых выборах количество таких избирателей едва перешагнуло 7-процентный барьер», - говорит Ли Рейни, один из авторов отчета Pew Internet and American Life Project. «Люди убеждаются, что в сети нет той цензуры, которая присутствует на крупных телеканалах и в большинстве газет. Кроме того, Интернет предоставляет различные точки зрения на те или иные политические явления», - говорит аналитик [4].

Без использования Интернета выиграть выборы теперь уже невозможно. К такому выводу пришли исследователи немецкого института изучения общественного мнения Forsa. Вместе с федеральным объединением информационных, телекоммуникационных и компьютерных технологий ВТКОМ социологи исследовали роль Всемирной паутины в избирательной кампании. Кроме того, Интернет, по их мнению, является надежным инструментом повышения активности избирателей и преодоления политической апатии.

Чаще и дольше всего Интернетом пользуются молодые люди. Согласно данным исследования, три четверти жителей Германии в возрасте от 18 до 29 лет преимущественно из него черпают политическую информацию. В среднем же для населения ФРГ Интернет значительно уступает традиционным средствам массовой информации - телевидению, радио, газетам.

Тем не менее, почти каждый второй взрослый немец убежден, что именно Всемирная сеть в конечном итоге окажется решающим фактором в избирательной кампании. То есть даже люди, которые сами не пользуются Интернетом, отводят ему чрезвычайно важную роль.

Директор института Forsa Манфред Гюльнер (Manfred Güllner) в свою очередь обращает внимание на значение Интернета в борьбе с электоральной пассивностью и политической апатией.

Согласно проведенным опросам, явка на электронные избирательные участки на июньских выборах в Европарламент составила бы 54 процента, если бы можно было голосовать в Интернете. А так в выборах приняли участие только 43 процента избирателей [5].

Таким образом, Интернет может считаться исключительно удобной технологией для проведения политической рекламы и контроля за эффективностью проводимых предвыборных кампаний.

Литература

1. Павлова Е.Д. Открытое воздействие средств массовой информации на массовое сознание как социально философская проблема. Дис. канд. филос. наук: 09.00.11. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.diplomnic.ru/rabota/17471.html>.
2. Черных А. Мир современных медиа. М., 2007. С. 201.
3. Бронницкая Э.В. Использование сети Интернет в политике [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.znab.ru/html/3754.html>.
4. Грачев М.Н. Политическая коммуникация: теоретико-методологический анализ. Московский педагогический государственный университет. 2005. Автореферат на диссертацию. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://grachev62.narod.ru/Grachev/d60_05a4.htm.
5. Марсель Фюрстеннау, Никита Жолкер. Выборы и Интернет: немецкие политики осваивают новый инструмент [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.dwworld.de/dw/article/0,,4699988,00.html>.