

Возможности использования Instagram как средства политической рекламы

Леготина Анастасия Сергеевна

Студент (бакалавр)

Гуманитарный университет г. Екатеринбурга, Екатеринбург, Россия

E-mail: Legotinanastya@ya.ru

Для понимания возможностей использования Instagram в политической рекламе необходимо дать определение термину «политическая реклама».

Политическая реклама (от франц. *reclame*) - информация о возможностях той или иной партии, о политике, призванная сформировать у населения отношение, обычно положительное, и побуждающая к определенным действиям, прежде всего нужному голосованию на выборах.[1]

Это своего рода манипуляция общественным мнением. В отношении политики, манипуляция - это один из способов подавления воли граждан путём программирования их поведения с целью изменения мнений, побуждений и целей людей в нужном для власти направлении.

Благодаря подавляющей визуализации и возможности максимально эффективно вселить в сознание граждан сконструированный образ политика, Instagram стал наиболее актуальным средством политической рекламы.

Instagram не является самостоятельным интернет-сервисом, так как его функционал в виде веб-страницы максимально мал и кардинально отличается от мобильной версии. Это приложение позволяет делать фотографии и видео (продолжительностью 15 секунд), редактировать их при помощи девятнадцати встроенных фильтров (эффектов, накладываемых на полученное изображение) и делиться ими как через аккаунт Instagram, так и в интегрированных с ним социальных сетях (Вконтакте, Facebook, Twitter, Tumblr, Foursquare, Flickr).

Появившись в 2010 году на платформе IOS, и вышедший через два года на базе Android Instagram был приобретен компанией Facebook, что привело к увеличению числа пользователей.

Всего за четыре года существования Instagram нарастил аудиторию, которая на данный момент превышает 200 миллионов пользователей [3], ежедневно загружающих около 60 миллионов изображений [4].

Поэтому было бы опрометчиво не использовать такую «живую» площадку в интересах поддержания имиджа политика.

Что на самом деле может дать Instagram для политика?

Во-первых, это увеличение уровня узнаваемости. Не все политики могут похвастаться постом премьер-министра страны и соответственно таким же уровнем известности. Поэтому необходимо добиваться, чтобы люди тебя знали и как политика, и как человека.

Во-вторых, это лояльность. В Instagram большая часть информации воспринимается на веру, поэтому легко расположить к себе подписчика. А цель любого политического деятеля создать вокруг себя довольно большую группу людей, которая, испытывая к нему чувства, сродни любви, поддерживала бы все его начинания. Сегодня, когда людям некогда читать, общение с ними посредством картинок наиболее актуально.

В-третьих, управление репутацией и обратная связь. Любое воздействие на чужое мнение рождает мгновенное противодействие. Поэтому необходимо реагировать как на по-

зитивные, так и на негативные отзывы. Отвечать на вопросы, касающиеся каких-либо проблем - святой долг любого политического деятеля. Функционал Instagram позволяет отследить не только прямые сообщения (упоминание конкретного пользователя в сообщении), но и контент, размещенный на страницах других пользователей при помощи хештегов.

Однако обратная связь со стороны подписчиков не менее важна, чем реакция на них со стороны владельца аккаунта. Несомненно, что если люди увидят в новостной ленте вопрос от политика, то они будут охотно оставлять под ним комментарии и обсуждать его с другими пользователями. Это дает возможность не только дать людям почувствовать, что их мнением интересуются, но и добиться максимально полезной информации.

В-четвертых, Instagram дает возможность выйти за рамки платформы Instagram. Интеграция этого приложения с другими социальными сетями позволяет расширить воздействие на аудитории других площадок. Благодаря кросспостингу (сознательное распространение одной и той же информации на различных ресурсах), фотографий из Instagram можно привлечь новых подписчиков. Разумеется, важно следить за тем, чтобы концепция контента политика не впадала в противоречия с политикой сообщества социальной сети.

По мнению Игоря Давыдова, специалиста по работе с социальными медиа Another Point, важно понимать, что данное приложение - лишь один из инструментов продвижения, который необходимо использовать вкупе с другими (Facebook, Twitter и др.).[2] Так как появление аккаунта исключительно в Instagram вряд ли сможет быстро принести узнаваемость и лояльность.

Не маловажным нововведением в Instagram стала возможность выкладывать видео продолжительностью не более 15 секунд. Они не только разнообразят ленту, но и помогают раскрыть образ политика, сделать его сложнее. Движущаяся картинка больше привлекает внимания и на дольше остается в памяти человека. А уровень эмоциональности такого средства намного выше, что позволяет лучше работать с отношением общественности к определенному политику.

Геотеги, которые пока мало кто из политиков оценил по достоинству, позволяют таргетировать аудиторию, а, следовательно, по-разному выстраивать с ними взаимоотношение и использовать разные методики построения имиджа политика.

Что касается исключительно политических аккаунтов в Instagram, то на данный момент наблюдается тенденция того, что свои страницы имеют не только высокопоставленные чиновники и скандально известные политические деятели, но и даже целые департаменты. Так в январе 2014 появилась официальная страница Законодательного Собрания Санкт-Петербурга, а в августе 2014 года свою страницу завела Администрация города Пермь.

Таким образом видно, что Instagram имеет положительные перспективы развития, как средства политической рекламы за счет большого набора инструментов для конструирования образа как отдельного политика, так и целых организаций. Быстро увеличивающаяся аудитория и возможность прямой работы с конкретной ее частью, позволяет точно воздействовать на общественность. А визуальный контент облегчает внедрение образа политика в сознание людей.

Источники и литература

- 1) 1) Политическая энциклопедия / Под. ред. Г. Ю.Семигина: В 2 т. М., 1999. Т. 2. С. 339;

- 2) 2) Как вести аккаунт // Серия книг «Спроси Ingate» , Instagram: эффективное продвижение от А до Я. 2014. С.24;
- 3) 3) РИА.ру: <http://ria.ru>;
- 4) 4) Maximize Social Business: <http://maximizesocialbusiness.com>.