

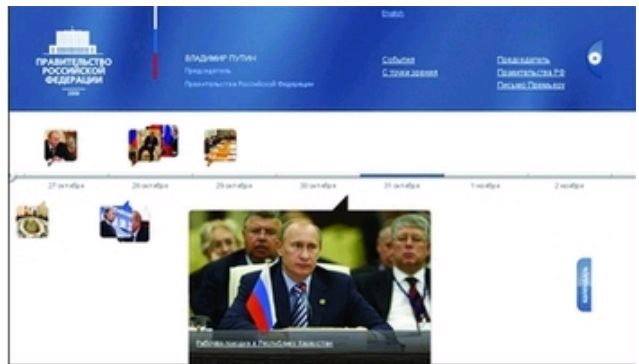
网络时代的政治营销

作者：□陈潭 来源：《网络传播》 时间：2009-03-18

网络不仅改变着人们的日常生活，而且也深刻地影响着国家和国际的政治生活。同时，网络的政治营销在一定程度上成为了政治精英抑或普通公众所仰赖的技术武器。

“网络总统”：技术成就梦想

经过21个月的艰苦奋斗，民主党候选人奥巴马终于完成了“不大可能达成的任务”，成为美国历史上的第一位黑人总统。奥巴马的成功有赖于“时势造英雄”的机缘，也仰赖于他卓越的演说才华和非凡的个人魅力，还在于他及其竞选团队熟练地运用互联网而开展的政治营销。



■俄罗斯总理普京个人网站截图

奥巴马成功募集了超过6亿美元的政治捐款，而这些献金超过85%来自互联网，来自总计310万名捐款人，65%都是小额捐助者，其中绝大部分是不足100美元的小额捐款。在著名社交网站Myspace上，奥巴马有41.5万个朋友，而麦凯恩只有5.5万个朋友。同时，奥巴马团队在筹款集会上一般不接受现金，只需留下Email地址，选民每周都会接收到有吸引力的竞选内容。

搜索引擎在政治营销中也派上了用场。奥巴马在Google的一个“关键字广告”上投入了数百万美元，购买的关键字广告不仅包括自己的姓名，还包括如“油价”、“伊拉克战争”和“金融危机”等热点话题。如此一来，他就可以更好地向选民表达他在这些问题上的立场和观点。为了吸纳更多年轻人的选票，奥巴马竞选阵营还开发出一款iPhone的应用软件。Web2.0世界里的美国大选热闹非凡，一时间许多网络空间都深深地打上了“奥巴马变革”的烙印。

网络问政的期待

尝到了网络政治营销甜头的奥巴马肯定不会“善罢甘休”。在奥巴马的政治词典里，政府的政策方针、施政纲领和策略行动同样需要利用网络的魅力，需要民意的支撑，“网络问政”无疑将会成为他执政的源泉和动力。

无独有偶，俄罗斯总理普京个人网站已于10月31日问世。这个网站将设立全面的信息库，内容包括普京出任总理职务后的工作情况，在政府主席团的发言、工作视察时的声明、各种致词、国内外媒体发表的有关普京的文章以及大量的音频、视频和照片图集。网站访客还可以通过该网站的“时间轴”对普京实行“跟踪”。

中国互联网正在逐渐摆脱“抒情言志”的主流风格。在特大冰雪灾害、拉萨“3·14”暴力事件、汶川大地震、北京奥运会等一系列举世瞩目的重大事件中，广大网民展现了众志成城、万众一心的强大力量以及民族的凝聚力。同时，以重庆“钉子户”事件、山西“黑砖窑”事件、陕西“周老虎”事件、哈尔滨“警察致人伤亡案”等事件为标志，网络在广开言路、汇集民意等方面显示了强大的传播力和广泛的影响力。网民通过对突发事件和

公共事务的踊跃发言，形成了较大规模、较强力度的网络舆论。

另一方面，从地方政府网站开通、人大代表和政协委员纷纷“开博”，到总书记、总理上网对话网民，中国公共政治生态正在悄然地发生变化。2007年4月到6月下旬，湖南省的数十名厅局一把手出现在互联网上，他们将在重视网民意见的省委书记张春贤要求下在网上答疑解惑。相信不久的将来，中国官员的政治营销与网民的意见表达都将进入“激情燃烧的岁月”。

[首页](#) | [机构设置](#) | [编辑风采](#) | [往期回顾](#) | [社会反响](#) | [广告征订](#) | [关于我们](#)

您是本站第 位访客

友情链接：

地址：北京市鼓楼西大街甲158号 中国社会科学杂志社
邮政编码：100720

总编室 Tel: (010)64076113 Fax: (010)64076113 E-mail: zbs_zzs@cass.org.cn
事业发展部 Tel: (010)64033952 Fax: (010)64033952 E-mail: fxb_zzs@cass.org.cn

版权所有©2002 中国社会科学杂志社