

ИНТЕРНЕТ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ В БЕЛАРУСИ

М. А. Цыбулькина

*студентка кафедры политологии
БГЭУ, Минск, Беларусь
Storm9428@gmail.com*

В статье рассматривается эффективность присутствия в сети Интернет политических партий Республики Беларусь и Республиканского общественного объединения «Белая Русь». Проведён сравнительный анализ их официальных сайтов и социальных сетей как важных инструментов политической коммуникации.

Научный руководитель: Казак О. Г., кандидат исторических наук, доцент.

Ключевые слова: политические партии; общественные объединения; политическая коммуникация; Интернет-представительство; официальные сайты; социальные сети.

INTERNET AS A TOOL OF POLITICAL COMMUNICATION IN BELARUS

M. A. Tsybulkina

*student of the Department of Political Science
BSEU, Minsk, Belarus
Storm9428@gmail.com*

This article examines the effectiveness of the presence of political parties of the Republic of Belarus and the Republican Public Association «Belaya Rus» on the Internet. A comparative analysis of their official websites and social networks as important tools of political communication is carried out.

Scientific supervisor: Kazak O. G., Candidate of Historical Sciences, Associate Professor.

Keywords: political parties; public associations; political communication; Internet representation; official websites; social networks.

Современная эпоха характеризуется интенсивным развитием цифровых технологий. Сегодня уже невозможно представить мир без «всемирной паутины». Интернет – самая быстро внедряемая технология в истории человечества, заставляющая современный мир жить в режиме онлайн. Интернет и компьютерные технологии проникают во все сферы

жизни человека. Политическая жизнь не стала исключением, так как «роль политической коммуникации возрастает с развитием информационных технологий» [2, с. 408]. Сегодня можно с полным основанием говорить, что в отношении молодёжной и средневозрастной аудитории Интернет стал одним из популярных каналов как межличностного общения, так и политической коммуникации.

На мой взгляд, Интернет – лучший способ политической саморекламы ввиду его оперативности, доступности, интерактивности и мультимедийности. Никакая организация не достигнет успеха в своей деятельности, если об её целях, планах и намерениях не узнают в обществе. Грамотно используя новые технологии, общественные организации могут обеспечить себе известность, показать свою деятельность, привлечь сторонников.

На сегодня проблематика присутствия общественных организаций в сети Интернет актуальна, она обусловлена поиском новых инструментов взаимодействия с гражданами. На протяжении нескольких лет мною ведется анализ Интернет-активности различных политических институтов (прежде всего политических партий Республики Беларусь), результаты данных исследований обобщены в ряде работ [5; 6; 7; 8]. Мною была разработана методика оценки политической коммуникации в сети Интернет, что позволяет постоянно обновлять рейтинг Интернет-присутствия политических институтов нашей страны. Исследование проводилось в несколько этапов (2021–2022 гг.). На первом этапе оценивались сайты партий и общественных объединений, их социальные сети («ВКонтакте», «Facebook», «Twitter», «Одноклассники», «Instagram», «Telegram»). На втором этапе объектом анализа стали социальные сети лидеров и Интернет-ресурсы региональных структур политических институтов. Для оценки Интернет-активности использовались следующие показатели:

1. наличие персонального сайта;
2. страница в Википедии;
3. информационный фон (позитивный / негативный / нейтральный);
4. дизайн сайта;
5. обновление сайта за месяц;
6. количество публикаций на сайте;
7. тематика публикаций;
8. активность в социальных сетях (количество подписчиков, публикаций, лайков, репостов).

В данном эссе рассмотрим особенности работы в сети Интернет политических партий Беларуси, отдельное внимание уделим РОО «Белая Русь».

Эффективность присутствия в сети Интернет позволяет понять, насколько серьёзны амбиции политического института. Важные инструменты политической коммуникации – сайты и социальные сети. Остановимся на каждом из них в отдельности. Сайт облегчает поиск сторонников, повышает узнаваемость политического института. Следует отметить, что почти половина существующих в стране партий никак себя не проявляет в Интернет-среде (сайт отсутствует или не обновляется). Эти партии избегают цифровых технологий. Цифровизация – слово, актуальное для современного века, но непонятное для политиков старшего поколения. Оригинальный дизайн сайта, как внешность политика, влияет на первое восприятие. Интерактивность, подача информации в различных формах, фандрайзинг работают на укрепление бренда.

Выяснилось, что наиболее разработанными являются сайты Коммунистической партии Беларуси (КПБ) [1] и Либерально-демократической партии (ЛДП) [3]. Сайт КПБ имеет удобную навигацию, лидирует по количеству публикаций, на главной странице ведётся лента новостей, можно подписаться на рассылку партии. Реализуется функция поиска единомышленников по политическому принципу (форма онлайн-регистрации вступления в партию), организована обратная связь.

На сайте ЛДП большой объём информации, которая быстро обновляется. Сайт имеет сервисы взаимодействия с пользователем, но на нём нет информации о финансовой деятельности, отсутствует платформа для сбора средств на нужды партии.

У сайта РОО «Белая Русь» [4], в отличие от сайтов партий, хорошая посещаемость и высокая частота публикаций. Сайт отличается качественным дизайном и цветовой палитрой, есть сервисы взаимодействия с пользователем.

Рассмотрим представительство партий в социальных сетях. Социальные сети могут использоваться как инструмент продвижения организации, поскольку обеспечивают прямую коммуникацию с аудиторией. Каждая партия, выбирая соцсеть, ориентируется на свой электорат. Большинство политических партий не проявляет активности и креативности в работе в соцсетях, редко обновляет профили, публикует на различных платформах однотипную информацию.

Лидер КПБ А. Н. Сокол, имея аккаунт в «Facebook», уделяет мало внимания своей странице. Полумёртвый профиль не повышает рейтинг партии. Лидер ЛДП О. С. Гайдукевич, напротив, активный пользователь

соцсетей, имеет большую аудиторию подписчиков, контент обновляется быстро. Он яркий пример Интернет-политика.

РОО «Белая Русь» заявило о себе в социальных сетях («Telegram», «Instagram», «ВКонтакте») сравнительно недавно, однако сумело добиться существенных результатов в плане популяризации своей деятельности.

Анализ показал, что не все партии используют возможности Интернет-ресурсов. Они слабо продвигают себя в сети Интернет. РОО «Белая Русь» решает эту задачу более успешно благодаря активной деятельности в популярных социальных сетях. В эпоху новых технологий, когда Интернет и политика теснейшим образом связаны между собой, партии тоже должны идти в ногу со временем, изменяться не только идеологически, но и технологически. Партиям нужно активно действовать во «всемирной паутине», в социальных сетях, охватывать аудиторию публикациями, лидерам следует заняться развитием своих аккаунтов, помнить, что в социальные сети люди приходят за общением.

По результатам исследования нами разработаны рекомендации, которые могут помочь политическим партиям и общественным объединениям активизировать свою работу в сети Интернет: а) институтам следует включить в структуру сайта ссылки, с которых можно перейти в социальные сети на страницу лидера, страницу региональных структур; б) лидерам партий и общественных объединений необходимо заняться развитием своих профилей в социальных сетях, сделать их узнаваемыми; в) нужно обратить внимание на частоту публикаций в социальных сетях (минимум одна публикация в сутки); г) лучше писать небольшие тексты, оставляя в тексте ссылки – это удобно для поиска информации.

Библиографические ссылки

1. Коммунистическая партия Беларуси [Электронный ресурс]. URL: <http://www.comparty.by/> (дата обращения: 15.10.2022).

2. Костиневич К. И. Политическая коммуникация и функция легитимации политической власти // Современные тенденции развития права, государства и интеграционных образований: материалы междунар. науч. конференции студентов, магистрантов и аспирантов, Минск, 2–3 ноября 2018 г. / БГУ, Юридический ф-т; редкол.: Т. А. Червякова (отв. ред.) [и др.]. Минск, 2019. С. 408–409.

3. Либерально-демократическая партия [Электронный ресурс]. URL: <https://ldpb.by/> (дата обращения: 15.10.2022).

4. Республиканское общественное объединение «Белая Русь» [Электронный ресурс]. URL: <https://1br.by/> (дата обращения: 15.10.2022).

5. Цыбулькина М. А. Интернет как инструмент коммуникативной деятельности политических партий Республики Беларусь // Современная политическая наука о траекториях развития государства, бизнеса и гражданского общества (Мир в

постковидную эпоху: от разобщенности к единству): сборник статей II Международной научно-практической конференции, Минск, 15–16 декабря 2021 г. / Белорусский государственный экономический университет; редкол.: Н. Ю. Веремеев (гл. ред.) [и др.]. Минск, 2021. С. 389–393.

6. *Цыбулькина М. А.* Функционирование политических партий Республики Беларусь в Интернет-пространстве: сравнительный анализ // Современная политология: взгляд молодежи. Материалы научных мероприятий кафедры политологии БГЭУ (2021–2022 гг.) / Белорусский государственный экономический университет; под ред. О. Г. Казака. Минск, 2022. С. 156–159.

7. *Цыбулькина М. А., Казак О. Г.* Интернет как инструмент коммуникативной деятельности партий Республики Беларусь // Русская политология. 2021. № 2. С. 66–71.

8. *Цыбулькина М. А., Мамчиц Б. Д.* Интернет-ресурсы как канал политической коммуникации (на материалах политических партий Республики Беларусь) // Гісторыя і грамадазнаўства. 2021. № 4. С. 35–37.