

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ ПОЛИТИЧЕСКИХ ИНСТИТУТОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Интернет в условиях информационного общества способен стать инструментом осуществления легитимного дискурса субъектов и объектов политического взаимодействия. Для осуществления эффективной политической коммуникации политическим партиям и общественным организациям необходимо развивать сайты и аккаунты в социальных сетях. В нашей стране партии и общественные объединения еще не стали активными участниками политической коммуникации. Наибольший потенциал среди партий имеют Коммунистическая партия Беларуси и Либерально-демократическая партия, среди общественных объединений лидируют РОО «Белая Русь» и ОО «БРСМ».

Цифровые технологии постепенно изменяют окружающий мир. Посредством цифровизации трансформируются социальные институты, внедряются компьютерные и информационные технологии в жизнь общества и граждан. Интернет так крепко проник в жизнь человека, что «мы не смотрим Интернет, как смотрим телевизор. Мы живем с Интернетом и в Интернете во всех сферах нашей повседневной жизни» [1, р. 101]. Интернет является менее затратным инструментом влияния на людей, обладающим такими свойствами, как интерактивность, отсутствие временных границ, возможность быстрой связи в режиме реального времени. Учитывая данный фактор, политическим институтам необходимо полностью изменить свое отношение к информационным технологиям и стараться максимально использовать интернет в своей деятельности. В современном обществе успехов в политической, социальной, культурной и экономических сферах добиваются те организации, которые уделяют должное внимание гражданам и их проблемам.

В настоящий момент основными инструментами коммуникации в интернете у политических партий и общественных объединений являются официальные сайты, социальные сети, видеоблоги, медиа. Сайты позволяют разместить любое количество материалов, обращаться напрямую к аудитории, значительно экономят усилия по доставке информации, которая легко обновляется [2, с. 159]. Социальные сети способны быстро распространять свежие новости и собирать большую аудиторию.

Граждане через общественные организации получают возможность общаться с государством, донося до него свои мнения, требования. В этом случае обращения граждан выступают важным каналом обратной связи. Политическая коммуникация с помощью цифровых технологий позволит политическим институтам решить проблему дистанцирования руководства от граждан. Политику информирования необходимо заменить политикой вов-

лечения граждан в процесс управления, где граждане наравне с политическими институтами участвуют в политических процессах.

Контент — самая значимая часть в политической коммуникации, потому что он обозначает основные ценности, вокруг которых формируется сообщество сторонников. И то, как организация будет формулировать, объяснять свои требования, насколько понятны и близки они будут пользователям, напрямую влияет на эффект коммуникации. Для привлечения внимания к организации лучше выкладывать не весь текст, а только его фрагменты, используя оригинальные заголовки, необычные спецэффекты, различные форматы (видео, аудио, текст).

Важно использовать в политической коммуникации интернет-телевидение. Канал на YouTube расширяет присутствие организации в жизни граждан, особенно молодежи. Хочется отметить, что у большинства представителей молодежи интерес к политике отсутствует, но они в отличие от старшего поколения демонстрируют высокий уровень интернет-грамотности. Политическая коммуникация в среде интернет нацелена на дистанционное участие и добровольное онлайн-обсуждение, что является преимуществом для привлечения к партийной деятельности сторонников из числа молодежи. Будущее Республики Беларусь во многом связано с появлением молодых лидеров и ярких личностей, которые могут генерировать идеи, выражать настроения масс. Интернет предлагает интерактивность коммуникации вместо бюрократических каналов.

Для осуществления эффективной коммуникации необходимо снабжать руководителя организации либо администратора, который курирует социальные сети, данными исследований о социальных сетях и вовлеченности в них граждан. Подобная информация поможет политическим институтам принимать решение о целесообразности или нецелесообразности использования той или иной социальной сети.

Политики далеко не полностью понимают потенциал интернета. В большинстве случаев многие ограничиваются созданием собственных сайтов, групп или страниц в Facebook, Twitter и на других площадках, но немногие делают шаги, чтобы продемонстрировать открытость и предоставить доступ к политической информации. Возможно, настало время, когда руководители организаций должны стать блогерами. В пример можно привести лидеров Либерально-демократической партии О. С. Гайдукевича и ОО «БРСМ» А. С. Лукьянова. Данные политики активно ведут свои страницы в социальных сетях, показывают рабочие моменты своей деятельности.

На сегодня региональные структуры партий и общественных объединений публикуют новости районов и республиканскую повестку. Таким образом они не создают свой уникальный продукт, они плохо представлены в социальных сетях. Региональные структуры должны состоять из профессионалов, которые способны понимать и передавать решение из центра на места.

В будущем инновационный прорыв может быть связан с созданием собственных медиаплатформ, которые будут обладать широким цифровым

функционалом для взаимодействия с аудиторией (открытые данные, адресная мультимедийная коммуникация, краудсорсинг предложений и инициатив, онлайн-голосование и онлайн-обсуждение как формы подготовки и принятия решений). Частные инициативы и решения существуют уже сегодня, однако пока они не стали неотъемлемой частью управления и коммуникации.

Перечисленные выше факты свидетельствуют о том, что есть проблемы и их необходимо решать. История показывает, что партии будут нужны до тех пор, пока они служат людям, представляют на высшем уровне их запросы и интересы. Поскольку политические партии не обладают властными рычагами для решения насущных проблем людей, последние не видят в них защитников своих интересов, не идентифицируют себя с партиями, не чувствуют себя связанными с партиями. Установлено, что партии и общественные объединения еще не стали активными участниками политической коммуникации. Наибольший потенциал среди партий имеют Коммунистическая партия Беларуси и Либерально-демократическая партия, среди общественных объединений лидируют РОО «Белая Русь» и ОО «БРСМ».

Таким образом, интернет в условиях информационного общества способен стать инструментом осуществления легитимного дискурса субъектов и объектов политического взаимодействия. Это связано с тем, что на современном этапе развития постиндустриального общества в онлайн-среде возникают и развиваются такие диалоги между политическими акторами, которые в режиме офлайн-пространства вряд ли смогли состояться. Это наглядно указывает на положительные тенденции в развитии политической коммуникации в интернет-пространстве.

Источники

1. *Castells, M. Democracy in the age of the Internet / M. Castells // J. of Contemporary Culture.* — 2011. — № 6. — Р. 96–103.
2. *Морозова, О. Н. Политическая интернет-коммуникация: ее роль, функции и формы / О. Н. Морозова // Политическая лингвистика.* — 2011. — № 1 (35). — С. 156–161.

Ю. С. Чекун

Научный руководитель — кандидат экономических наук В. В. Якшонок

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В ОСНОВНОЙ КАПИТАЛ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В статье представлены тенденции развития инвестиций в основной капитал в Республике Беларусь, а также инвестиционного рынка. На основе результатов анализа и выявленных проблем разработаны общая стратегия