

lukashenko-pro-vns-vazhno-ctoby-ljudi-prinimali-reshenija-na-kotorye-budut-opiratsja-gosorgany-530359-2022/?ysclid=m37bvxv473583116442 (дата обращения: 07.11.2024).

8. О Всебелорусском народном собрании : Закон Респ. Беларусь от 7 фев. 2023 г. №248-3 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – URL: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=H12300248> (дата обращения: 28.04.2024).

9. Шуницкая, О. Н. Конституционная реформа в Беларуси в аспекте реализации публичных и частных интересов / О. Н. Шуницкая // Вестн. Саратов. гос. юридич. акад. – 2024. – Т. 158, № 3. – С. 56–63.

В.А. Юхневич, студент

*Научный руководитель – В.А. Пресняков, ассистент
БГЭУ (Минск)*

АНАЛИЗ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ПАРТИИ «БЕЛАЯ РУСЬ» В ИНФОРМАЦИОННОЙ ПАРАДИГМЕ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

14 февраля 2023 г. в Республике Беларусь начал действовать Закон «Об изменении законов по вопросам деятельности политических партий и других общественных объединений» одним из пунктов которого предусмотрена необходимость перерегистрации действующих политических партий [5]. Целью данного процесса является очистка политического поля от партий-карликов и партий, существовавших исключительно на бумаге, не принимавших участия в политической жизни страны. Данную процедуру смогли пройти три партии: Либерально-демократическая партия Беларусь, Коммунистическая партия Беларусь и Республиканская партия труда и справедливости. Также была зарегистрирована новая партия – Белорусская партия «Белая Русь». Проводимая реформа должна способствовать участию партий в политическом процессе и активизации партийной жизни, что в свою очередь должно создавать конкуренцию между партиями за голоса избирателей. В сложившихся условиях создание привлекательного имиджа позволит партии привлечь поддержку и внимание избирателей, увеличить уровень доверия избирателей и укрепить позиции на политической арене.

В информационной парадигме современного общества, где обмен информацией не имеет ни временных, ни пространственных рамок, политическая партия должна уделять больше внимания позиционированию в информационном поле. Помимо этого, глобализация повысила роль политики в общественной и повседневной жизни, политика стала явлением всеобъемлющим, проникающим во все сферы деятельности общества

и отдельного человека, в частности. Создание социальных медиа, цифровых платформ и других технологий оказало значительное влияние на развитие политической коммуникации. Следствием данных явлений является рост интереса к понятию имиджа как со стороны политический субъектов, так и общественности. Имидж играет ключевую роль в формировании общественного мнения и восприятия политических институтов, лидеров и партий. В условиях растущей конкуренции на политической арене использование современных подходов к созданию имиджа становится необходимостью.

В политической науке отсутствует всеми признаваемое понятие политического имиджа. Так, Д.В. Ольшанский определил политический имидж как «воображаемый образ человека, группы, организации, события, процесса или явления, создаваемый профессиональными имиджмейкерами в сознании аудитории» [6, с. 286]. И.Г. Касаткин рассматривал имидж как «целенаправленную деятельность, объединяющую усилия политических и бизнес-элит, научного сообщества и масс-медиа на основе использования комплекса соответствующих информационно-коммуникативных технологий с целью его отражения и обеспечения устойчивого присутствия в информационном пространстве» [4, с. 13]. В нашей работе мы рассматриваем политический имидж в качестве устоявшегося в общественном сознании специально созданного эмоционально окрашенного образа конкретного политического лидера или политической организации.

Белорусская партия «Белая Русь» использует множество инструментов формирования политического имиджа, такие как организация «перформансов» (проводит множество мероприятий социально-патриотической направленности: семейный фестиваль «Время», проект «Спина к спине», направленный на оказание гуманитарной помощи жителям Курской области, и др.); активное взаимодействие со СМИ (регулярные интервью с лидером партии Олегом Романовым, а также совместный проект с газетой «СБ. Беларусь сегодня» под названием «Люди со знаком качества», посвященный рабочим на производствах); коллaborация с влиятельными личностями и общественными деятелями (сотрудничество с Г. Азаренком, А. Скороходом, В. Гигиным, И. Тихоном и др.), а также грамотно формирует имидж лидера партии (через активное взаимодействие с гражданами, формирование образа «лидера-служителя», который действует от лица своих сторонников, поддерживающих политику действующего президента Республики Беларусь А.Г. Лукашенко. Имидж О.А. Романова можно отнести к политику-философу, который рассуждает на злободневные темы в своем Телеграм-канале, тем самым постоянно находится в информационном поле). Партия активно продвигает присутствие в сети Интернет: она имеет свой сайт, аккаунты в Instagram и Facebook, группу в ВК, канал в Telegram и YouTube. Необходимо отметить удобную структуру сайта, где

имеются основные документы партии (устав и программа), информация о вступлении в партию и уплате членских взносов, наличие раздела о структуре партии, а также контакты не только центрального отделения, но и региональных, что упрощает коммуникацию между руководством и членами партии. Сайт содержит информацию о проводимых мероприятиях и реализуемых проектах, что делает партию максимально открытой, а их деятельность прозрачной для избирателей [3].

Рассматривая аккаунты в Instagram и Facebook следует отметить, что вторая платформа не пользуется популярностью несмотря на то, что там активно публикуются посты, группа насчитывает 338 участников, что составляет около 1 % от общего числа членов партии, а активное участие в группе принимает менее 0,2 % от общего количества участников «Белой Руси», это можно связать с непопулярностью Facebook в Республике Беларусь, количество пользователей социальной сети составляет 701,7 белорусских пользователей (7,67 % от общей численности населения) [1; 7]. Учитывая все вышесказанное, партии следует рассмотреть возможность ухода с данной платформы и сконцентрироваться на работе в других более популярных социальных сетях.

В Instagram-аккаунте партии «Белая Русь» количество пользователей составляет больше 5,5 тысяч пользователей [2]. Публикуется контент различного рода: видео, фото, истории, а также имеется подборка актуальных, в одной из подборок пользователи имеют возможность задать вопрос, что способствует налаживанию коммуникации между избирателями и партией. Контент, публикуемый партией, строится на проводимых мероприятиях: встречах граждан с представителями партии, интервью О.А. Романова, поздравлениях со значимыми событиями для партии, крупных проектах, также с сентября 2024 г. появилась рубрика «Итоги недели», где комментируется проделанная партией работа, что положительно сказывается на построении имиджа партии: постоянная публикация способствует нахождению в информационном поле и в «ленте» подписчиков, рубрика «Итоги недели» создают открытый образ партии. Помимо этого, отметим, что в аккаунте «Белой Руси» разрешены комментарии и ответы на истории, что способствует налаживанию открытого диалога между пользователями и партией, однако активного обсуждения не наблюдается, что говорит о низком показателе вовлеченности.

Партия открыто поддерживает действующую власть в Республике Беларусь, это можно заметить не только в речах лидера «Белой Руси», но и в публикуемом контенте: фотографии государственных символов, актуальные истории с названием «наш Президент», публикация цитат А.Г. Лукашенко.

Важной частью имиджа политической партии является образ политического лидера, возглавляющего данную партию. Сильный публичный образ политического лидера повышает осведомленность избирателей о политической партии. Лидер партии «Белая Русь» Романов Олег Александрович является

публичной личностью, он активно использует социальные сети и традиционные СМИ для коммуникации с аудиторией. Часто участвует в благотворительных и социальных мероприятиях, что создает имидж заботливого и ответственного лидера. Однако, следует отметить, что партия не совершает частой ошибки других партий и строит имидж не только вокруг лидера, но и опираясь на других членов и непосредственно на ее деятельность.

Основываясь на результатах анализа, можно сделать следующие выводы: партия активно формирует свой имидж используя различные инструменты: социальные сети, сайт, традиционные СМИ. Это в совокупности с постоянной публикацией результатов деятельности партии создает для избирателя имидж открытости и прозрачности организации. Партия пытается выстроить диалог с пользователями, однако нельзя назвать эти попытки удачными – четко прослеживается низкая вовлеченность подписчиков, что должно свидетельствовать о необходимости смены инструментов, используемых для коммуникации. Для улучшения построения имиджа можно использовать следующие рекомендации: начать вести аккаунт в TikTok, т.к. данная платформа является самой популярной в Республике Беларусь, привлекать медийных молодых людей для популяризации партии и вовлечения молодой аудитории, использовать тренды и «челленджи» для привлечения внимания к деятельности партии.

Источники

1. Партия «Белая Русь» // Facebook. – URL: https://www.facebook.com/groups/7839709006144453/?locale=ru_RU (дата обращения: 17.11.2024).
2. Белорусская партия «Белая Русь» // Instagram. – URL: <https://www.instagram.com/partiya.belayarus/> (дата обращения: 17.11.2024).
3. Белорусская партия «Белая Русь». – URL: <https://partiya.by/> (дата обращения: 17.11.2024).
4. Касаткин, И. Г. Имидж федерального органа исполнительной власти как управлеченческий ресурс: автореф. дис. ... канд. социол. наук : 22.00.08 / И. Г. Касаткин ; Рос. акад. гос. службы при Президенте Российской Федерации. – М., 2007. – 26 с.
5. Об изменении законов по вопросам деятельности политических партий и других общественных объединений : Закон Респ. Беларусь, 14 февр. 2023 г., № 251-3 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – URL: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=H12300251> (дата обращения: 28.10.2024).
6. Ольшанский, Д. В. Политический PR / Д. В. Ольшанский. – СПб. : Питер, 2003. – 544 с.
7. Digital 2024: Belarus // Datareportal. – URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-belarus> (date of access: 28.10.2024).