

М.А. Цыбулькина,
студент БГЭУ (Минск, Беларусь)
Научный руководитель – к.и.н. О.Г. Казак

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПАРТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

В современном обществе политическая коммуникация в Интернете крайне важна. Интернет позволяет наладить связь с единомышленниками и потенциальными избирателями в режиме реального времени. В сети можно быстро реагировать на запросы граждан, влиять на политические события в обществе через социальные сети и аккаунты политиков. Создание сайта партии облегчает поиск сторонников, повышает узнаваемость ее лидеров. Оригинальный дизайн сайта, интерактивность, подача информации в различных формах работает на укрепление партийного бренда. Сравним, как политические партии используют Интернет-ресурсы для распространения своих идей и взаимодействия с гражданами.

Масштабнее всего в сети представлена «Коммунистическая партия Беларуси» [2]. Ее сайт удобен в использовании, имеет комфортную навигацию, является лидером по количеству публикаций. Посетителям сайта предлагается форма онлайн-регистрации вступления в партию. В разделе «Стать сторонником КПБ» (онлайн) реализуется функция поиска единомышленников по политическому принципу. На главной странице ведется лента новостей, можно подписаться на их рассылку; организована обратная связь – «Предложить идею». На сайте партии есть ссылка на партийную печать и подписку на газету «Коммунист Беларуси. Мы и время». Подключена партия и к миру социальных сетей. «ВКонтакте» у нее много подписчиков. Региональные структуры КПБ слабо представлены в социальных сетях и не используют возможностей Интернета для политической коммуникации. Лидер КПБ А.Н. Сокол, имея аккаунт в «Facebook», уделяет мало внимания своей странице, информация на ней не обновляется.

У сайта «Белорусской социал-демократической партии (Грамада)» хороший дизайн, текст сопровождается фото, новостной блок разбит по категориям, много внимания уделяется истории партии. Есть на сайте и интерактивные формы: раздел «Афіцыйная пазіцыя», возможность оставлять комментарии после прочтения статьи. В разделе «Мультимедиа» демонстрируется фото-, видеоматериал, политическая карикатура. Опция «Поддержать партию» на сайте присутствует. Функция вступления в партию есть, правда, это нельзя сделать в режиме онлайн, вместо этого предлагается скачать заявление-анкету. Региональные Интернет-ресурсы партии малочисленны, при ведении аккаунтов используется системный подход,

информация обновляется редко. Лидер партии И.П. Борисов в соцсетях аккаунтов не ведет.

«Либерально-демократическая партия» [3] развивает свое присутствие в социальных сетях. На сайте большой объем информации, которая быстро обновляется и раскрывает деятельность партии. Сайт имеет сервисы взаимодействия с пользователем («Обратная связь»), направлен на формирование общественного мнения, завоевание позиций в Интернете. Для привлечения сторонников предлагается форма онлайн-регистрации вступления в партию. Лидер партии О.С. Гайдукевич – яркий пример удачного интернет-политика – активно продвигается на сайте, привлекает внимание к своей партии в социальных сетях. На сайте партии нет информации о финансовой деятельности, отсутствует платформа для сбора средств на нужды партии. Региональные структуры в социальных сетях представлены слабо.

Сайт Белорусской партии левых «Справедливый мир» содержит стандартные разделы (история партии, программа партии, контакты, новостной блок). В разделе «Вступить в партию» предлагается форма онлайн-регистрации, есть функция поиска единомышленников. Посетителям сайта партия предлагает помощь в решении проблем (связь через телефон либо электронную почту). Можно оказать поддержку партии, но сделать пожертвование в режиме онлайн не получится (указан расчетный счет в банке). Структура сайта не очень удобна: чтобы найти разделы «Стать сторонником партии» или «Поддержать», необходимо пролистать всю страницу. Информация на сайте и в социальных сетях обновляется нерегулярно, имеется большой разрыв между публикациями. Лидер партии С.И. Калякин активности не проявляет и весьма оригинально ведет страницы в социальных сетях (подписчиков нет, публикаций тоже).

Анализ показал, что официальный сайт партии БНФ больше всего ориентирован на распространение информации о текущих событиях с точки зрения позиции партии. Предлагается мобильная версия сайта и ссылка на соцсети партии. Нет онлайн-регистрации вступления в партию. Вместо этого предлагается бланк-анкета и адрес, куда ее можно передать. Пожертвование на нужды партии невозможно сделать в режиме онлайн, на сайте размещена инструкция оплаты через ЕРИП. Интерактивные рубрики отсутствуют, механизма обратной связи нет, что отрицательно сказывается на имидже политической партии.

«Объединенная гражданская партия» развивает свое присутствие в Интернете, ведя активную медиадеятельность. Партия имеет официальный сайт и аккаунты в социальных сетях. На сайте есть опция сбора средств на нужды партии («Поддержать»). Размещена фотогалерея, есть интерактивные формы, но нет видеоматериалов. Посетителям сайта предлагается опция вступления в партию, для этого нужно скачать бланк заявления и учетную карточку, заполнить и отправить по почте. Сайт имеет простую структуру, все бланки лучше заменить на формы онлайн-регистрации.

У «Республиканской партии труда и справедливости» на сайте большой объем информационных материалов, лидирующая позиция по посещению сайта гражданами. На главной странице имеются ссылка на социальные сети партии и раздел «Вступить в партию» без возможности онлайн-регистрации, описана процедура вступления в партию. Сайт РПТС информирует о деятельности партии и ее программе. На сайте не организован сбор пожертвований на нужды партии, отсутствуют интерактивные рубрики, аккаунты партии в соцсетях не являются инструментом коммуникации с гражданами.

Партия «Белорусская социал-демократическая Грамада» имеет невысокий рейтинг, ее сайт не производит впечатления солидного ресурса. На сайте применяется технология обратной связи. В структуру сайта включена форма для сбора пожертвований на нужды партии, описана процедура вступления в партию и предоставлена возможность онлайн-регистрации. Лидер партии БСДГ С.В. Черечень эффективно использует социальные сети. Политик продвигает себя через «YouTube» (программа «Честный четверг»), популярен в «Instagram» [4] (подписчики могут лично получить ответ от политика). Партии нужно поработать над дизайном сайта, изменить его структуру, завести аккаунты в соцсетях.

Белорусская партия «Зеленые» [1] интенсивно использует социальные сети, особенно «Facebook». На официальном сайте партии рассказывается о ее деятельности, организована обратная связь, размещаются живые истории и контактная информация. Реализуется функция фандрайзинга (раздел «Ахвяраваць») и функция поиска единомышленников (раздел «Далучыцца»), можно подписаться на рассылку. Лидер партии Д. Кучук продвигает себя через сеть «Facebook». На сайте БПЗ неудобная навигация, например, чтобы найти функцию «Помощь партии», нужно пролистывать всю страницу.

«Республиканская партия» не использует соцсети, у ее сайта отталкивающий дизайн. Многие разделы не активны. Посмотреть программу партии и устав невозможно, появляется реклама.

Сайт «Консервативно-Христианской партии БНФ» также не способствует привлечению посетителей. У сайта неудобная навигация, шаблонная верстка, плохой дизайн. Новостной блок подается в виде длинного текста. Отсутствуют интерактивные рубрики, нет обратной связи, аккаунтов в соцсетях партия не имеет.

Хочется заметить, что в статье рассмотрены не все 15 партий ввиду того, что не все партии имеют официальные сайты и не каждая партия признает важность работы в социальных сетях. Эти партии избегают цифровых технологий. Политики старшего поколения не заинтересованы в цифровизации, им это чуждо. Цифровизация – слово, актуальное для современного века, но непонятное для людей старшего поколения. В эпоху новых технологий Интернет и политика неразрывно связаны между собой, партии тоже должны идти в ногу со временем, модернизироваться не только идеологически, но и технологически.

Для современного человека цифровые технологии – неотъемлемая часть жизни. Именно на молодых в политике надо делать ставку. Партиям нужно охватывать интернет-аудиторию своими изданиями, публикациями в мессенджерах и социальных сетях, активно действовать во всемирной паутине, выстраивать свою электронную платформу, чтобы у граждан был легкий доступ к общению с любым членом партии, простой способ подачи запроса, мгновенное решение проблемы, возможность получить быстрый ответ на возникающие вопросы. За Интернетом будущее, он станет одним из главных каналов коммуникации.

Литература:

1. Белорусская партия «Зелёные» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://belgreens.org/>. – Дата доступа: 13.02.2022.
2. Коммунистическая партия Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.comparty.by/>. – Дата доступа: 24.02.2022.
3. Либерально-демократическая партия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ldpb.by/>. – Дата доступа: 25.02.2022.
4. Лидер партии Белорусская социал-демократическая Грамада С. В Черечень. «Instagram» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.instagram.com/svcherechen/>. – Дата доступа: 21.02.2022.

Е.А. Штырняева,
магистрант ПГУ (Пенза, Россия)
Научный руководитель – к.и.н. Н.В. Семина

ВИРТУАЛЬНЫЕ ЭКСКУРСИИ КАК СРЕДСТВО ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ОБЪЕКТОВ КУЛЬТУРЫ

Посещение объектов культуры, будь то музеи, выставки на открытом пространстве или пешеходные экскурсии по населенному пункту, в обыденном понимании неразрывно связаны с непосредственным посещением указанных мест. Даже при обсуждении своей культурной программы человек использует лексические обороты «мы поедем», «отправимся посмотреть», «затем заглянем», «пройдемся по...», «посетим несколько музеев», предполагающие физическое движение туриста по культурному маршруту.

Однако не так давно в наш культурный досуг проник новый вид экскурсий и туристических маршрутов – виртуальная экскурсия. Цифровизация общества предоставляет огромные возможности самообразования, не предполагающего выхода из дома, на что и направлены онлайн-экскурсии. Все большее количество музеев и выставок можно посетить посредством дистанционных технологий. Данное обстоятельство имеет несомненные плюсы, поскольку подразумевает минимальные финансовые затраты (нередко онлайн-экскурсии вообще