

СНИЛ «Res Publica»

М.А. Цыбулькина, Б.Д. Мамчиц, М.Ю. Наумчик

Научный руководитель — кандидат исторических наук О.Г. Казак

РЕСПУБЛИКАНСКОЕ ОБЩЕСТВЕННОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ «БЕЛАЯ РУСЬ»: АНАЛИЗ ИНТЕРНЕТ-АКТИВНОСТИ

Представлен анализ интернет-активности республиканского общественного объединения «Белая Русь». Для оценки интернет-активности были проанализированы официальный сайт и социальные сети организации. Период исследования — ноябрь 2021 — февраль 2022 г.

Интернет, находясь в постоянном развитии, проникает в нашу жизнь, изменяя процесс коммуникации как в повседневной сфере, так и в мире политики. Сегодня информация становится главным активом: «политики будут бороться за контроль над потоками данных» [1, с. 86]. Никакая организация не достигнет успеха в своей деятельности, если о ее целях, планах и намерениях не узнают в обществе. Интернет — лучший способ саморекламы ввиду его оперативности, доступности, интерактивности и мультимедийности.

Предметом анализа стала интернет-активность РОО «Белая Русь» — одного из крупнейших общественных объединений Республики Беларусь. Для оценки интернет-активности были проанализированы официальный сайт и социальные сети организации. Период исследования — ноябрь 2021 — февраль 2022 г.

Сайт необходим для коммуникации и поддержания имиджа организации. Его функция — привлечь пользователей, заинтересовать их представленной информацией. Сайт РОО «Белая Русь» [2] отличается хорошим дизайном, цветовой палитрой, насыщен фотографиями, которые демонстрируют работу организации. Даны ссылки на социальные сети, чтобы посетители имели возможность связаться с организацией. Есть меню, которое обеспечивает легкий доступ к важному контенту. Раздел «Общественная приемная» предназначен для взаимодействия с пользователем, который может обратиться за помощью по любым вопросам либо предложить свои идеи. Для привлечения сторонников предлагаются форма онлайн-регистрации и пошаговая инструкция по вступлению в организацию. У сайта высокая посещаемость (5310 посещений), указывающая на его успешность. На сайте размещен большой объем информации, которая быстро обновляется. За исследуемый период сайт РОО «Белая Русь» насчитывал 942 публикации, среднемесячное число публикаций — 236.

С помощью разнообразного контента сайт охватывает различные группы пользователей. Тематика публикаций оценивалась методом контент-анализа, который показал, что больше всего публикаций представлена темами «Деятельность организации», «Социальная деятельность» и «Референдум 2022 г.» (табл. 1).

Таблица 1

Тематика публикаций на сайте РОО «Белая Русь»

Тема	Частота упоминания	
	Абсолютная величина	Относительная величина
Деятельность организации	480	0,510
Экономика	3	0,003
Социальная деятельность	105	0,111
Жизнь регионов	32	0,034
Референдум 2022 г.	310	0,329
Общественная приемная	12	0,013
<i>Итого</i>	942	1,000

Источник: собственная разработка.

Социальные сети — важный инструмент продвижения организации, они обеспечивают прямую коммуникацию с аудиторией. РОО «Белая Русь» использует несколько социальных сетей, но Telegram [3] — самая популярная: в этой сети у организации больше всего подписчиков и публикаций, контент обновляется быстро и регулярно. На втором месте по популярности — Instagram [4] и «ВКонтакте» [5] (табл. 2).

Таблица 2

Интернет-активность РОО «Белая Русь» в социальных сетях

Социальная сеть/платформа	Количество				
	подписчиков	публикаций	лайков	комментариев	репостов
«ВКонтакте»	1019	32	172	2	19
YouTube	–	12	207	26	–
Telegram	4074	654	–	3	–
Instagram	1800	84	3688	30	–
<i>Итого</i>	6893	782	4067	61	19

Источник: собственная разработка.

Для понимания информации, которую организация публикует в своих социальных сетях, был проведен контент-анализ. Информация для анализа бралась за

четыре месяца. Было выделено семь тем: каждая публикация была отнесена к одной из них (табл. 3).

Таблица 3

Тематика публикаций в социальных сетях РОО «Белая Русь»

Социальная сеть/платформа	Тема	Частота упоминания	
		Абсолютная величина	Относительная величина
«ВКонтакте»	Деятельность организации	59	0,326
	Политические события 2020 г.	11	0,061
	Экономика	4	0,022
	Социальная деятельность	37	0,204
	Жизнь регионов	41	0,227
	Референдум 2022 г.	27	0,149
	Общественная приемная	2	0,011
	<i>Итого</i>	181	1,000
Instagram	Деятельность организации	68	0,337
	Политические события 2020 г.	14	0,069
	Экономика	7	0,035
	Социальная деятельность	35	0,173
	Жизнь регионов	21	0,104
	Референдум 2022 г.	42	0,208
	Общественная приемная	15	0,071
	<i>Итого</i>	202	1,000
«YouTube»	Деятельность организации	17	0,378
	Политические события 2020 г.	11	0,244
	Экономика	4	0,089
	Социальная деятельность	8	0,178
	Референдум 2022 г.	5	0,111
	<i>Итого</i>	45	1,000
Telegram	Деятельность организации	231	0,353
	Политические события 2020 г.	56	0,086
	Экономика	48	0,073

Социальная сеть/платформа	Тема	Частота упоминания	
		Абсолютная величина	Относительная величина
	Социальная деятельность	144	0,220
	Жизнь регионов	30	0,046
	Референдум 2022 г.	122	0,187
	Общественная приемная	23	0,035
	<i>Итого</i>	654	1,000
	<i>Всего</i>	1082	

Источник: собственная разработка.

Можно сделать вывод, что тематика публикаций на сайте и в социальных сетях одна и та же, публикаций много, контент разнообразный. Организация ведет активную медиатеатральность.

По результатам исследования представительства политических партий в сети Интернет было установлено, что не все партии используют возможности интернет-ресурсов [6]. Партии Республики Беларусь являются слабым политическим институтом: они не имеют востребованности со стороны электората, их рейтинг невысокий. Партии, которые лучше всего представлены в сети Интернет (Коммунистическая партия Беларуси (КПБ), Либерально-демократическая партия (ЛДП)), мы сравнили с РОО «Белая Русь» в плане интернет-активности.

Дизайн официального сайта во многом влияет на восприятие политического института. Анализ результатов исследования показал, что у сайта РОО «Белая Русь», в отличие от сайтов партий, хороший дизайн и цветовая палитра, лучше посещаемость (5310 посещений). У КПБ количество посещений ниже — 4360, сайт ЛДП не предоставляет данных о посещаемости. Частота публикаций у РОО «Белая Русь» высокая — 942 публикации за исследуемый период, у КПБ — 195 публикаций, ЛДП — 18 публикаций.

Политические партии ведут определенную работу в социальных сетях (у КПБ 7224 подписчика, у ЛДП 3122 подписчика), но их аккаунты не являются полноценным инструментом коммуникации с гражданами. РОО «Белая Русь» заявило о себе в социальных сетях сравнительно недавно, однако сумело добиться существенных результатов в плане популяризации своей деятельности.

Обратная связь с аудиторией — залог успешной работы политического института. По сравнению с политическими партиями РОО «Белая Русь» решает задачу завоевания общественной популярности более успешно благодаря грамотной работе с официальным сайтом и активной деятельности в популярных социальных сетях.

Источники

1. Харари, Ю.Н. 21 урок для XXI века / Ю.Н. Харари. — М. : Синдбад, 2019. — 416 с.
2. Республиканское общественное объединение «Белая Русь» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://belayarus.by/>. — Дата доступа: 10.03.2022.
3. Республиканское общественное объединение «Белая Русь» [Электронный ресурс] // Telegram. — Режим доступа: <https://web.telegram.org/k/>. — Дата доступа: 12.03.2022.
4. Республиканское общественное объединение «Белая Русь» [Электронный ресурс] // Instagram. — Режим доступа: https://instagram.com/belayarus.roo?utm_medium=copy_link. — Дата доступа: 12.03.2022.
5. Республиканское общественное объединение «Белая Русь» [Электронный ресурс] // ВКонтакте. — Режим доступа: https://vk.com/roo_belayarus. — Дата доступа: 14.03.2022.
6. Казак, О.Г. Интернет как инструмент коммуникативной деятельности партий Республики Беларусь / О.Г. Казак, М.А. Цыбулькина // Рус. политология. — 2021. — № 2. — С. 66–71.

СНИЛ «Экономика, социум и личность»

Е.С. Наливко, А.С. Семенова

Научный руководитель — Т.Л. Рыжковская

ТРЕНИНГ КАК АКТИВНАЯ ФОРМА РАБОТЫ СО СТУДЕНТАМИ БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА

Представлены результаты практико-ориентированного направления деятельности СНИЛ «Экономика, социум и личность» за 2021/22 учебный год. Данный вид деятельности был реализован через проведение среди учащихся БГЭУ тренинговых занятий различной тематики, которые показали высокий уровень эффективности.

Социально-психологический тренинг (СПТ) представляет собой научно-практическое направление в психологии, которое в настоящее время получает интенсивное развитие во многих странах мира в качестве важной составной части системы активного социального взаимодействия. Возникновение психологического тренинга как метода практической психологии теснейшим образом связано с развитием групповой психотерапии и психокоррекции. Известно, что одним из первых, кто начал использовать тренинги, был американский педагог, оратор Д. Карнеги, создавший в 1912 г. центр Dale Carnegie Training, в котором он успешно проводил занятия по развитию навыков публичного выступления, уверенности в себе, взаимодействия между людьми. Родоначальником психологического тренинга как особого метода принято считать К. Левина, который в