

Министерство образования Республики Беларусь

Учреждение образования  
Полоцкий государственный университет

**НОВЫЕ КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ  
И СОВРЕМЕННОЕ БЕЛОРУССКОЕ ОБЩЕСТВО**

Электронный сборник статей  
Международной научной конференции

(Новополоцк, 11-12 ноября 2016 г.)

Под общей редакцией  
И.А. Бортника

Новополоцк  
2017

Все права на размножение и распространение в любой форме остаются за УО «Полоцкий государственный университет».

Нелегальное копирование и использование данного продукта запрещены.

**Новые коммуникативные технологии и современное белорусское общество** : электрон. сб. ст. Междунар. науч. конф, Новополоцк, 11–12 нояб. 2016 г. / Полоц. гос. ун-т ; под общ. ред. И.А. Бортника. – Новополоцк : Полоцкий государственный университет, 2017. – 1 CD-ROM.

211440, ул. Блохина, 29,  
г. Новополоцк  
Тел.: 59-37-39, 39-40-46  
<http://www.psu.by>

Компьютерная верстка: Лазарёнок Егор Юрьевич  
Программное обеспечение: Мядиль Анна Николаевна  
Компьютерный дизайн: Мухоморова Мария Сергеевна

№ госрегистрации 3021713593

© Бортник И.А., 2017  
© Полоцкий государственный университет, 2017

## Интернет-пространство как объект политической борьба партий (социально-политический анализ)

Гавриков А.В., магистр социологии Института подготовки научных кадров НАН Беларуси, г. Минск

Партии на современном этапе политического развития все больше обращают внимания на медиа ресурсы и интернет пространство, как арену политической борьбы и политической агитации. Некоторые политические образования или организации ведут только деятельность в сети интернет и являются, организацией интернет пространства.

Мировая сеть интернет позволила пользователям перейти на новый уровень получения информации, что в свою очередь активизировало политическую борьбу. На сегодняшний день из 15 зарегистрированных партий Республики Беларусь - 11 имеют свои сайты в сети интернет и группы поддержки в социальных сетях. Тенденции роста популярности интереса партий к интернету и социальным сетям заключается в том, что пользователей в сети интернет становится все больше и их политическая активность в интернете увеличивается.

Мировая сеть интернет объединяет миллионы пользователей, которые имеют различные политические взгляды, религию и различный интерес к политической жизни своей страны.

По социологическим опросам 2015г. 46% респондентов жителей России получают информацию о политических и геополитических событиях из сети интернет[1]. Популярность сети интернет в обзоре политических событий обусловлена:

- легкодоступностью
- политической альтернативой и возможностью легкого сопоставления политических событий и их обозрения.

Борьба в интернете одна из развивающихся форм политической борьбы, которая дает возможно объединить сторонников, не ограничиваясь территорией одного государства, а создавать политические альянсы по всей планете.

Политические партии постиндустриальных стран тратят на пиар компании и социальную рекламу своих партий от 15-34%. годового бюджета своих партий, что на 70% выше, чем в 1990х. Так, например, на последней избирательной кампании Республиканская партия США потратила 28% бюджета партии на проморолики, обновление сайта, пиар компанию в социальной сети выпуск электронных журналов и т.д.

Однако не все партий уделяют должное внимание интернет пространству. Стоит заметить эти партии в общественно политической жизни слабо представлены. Так, например, сайт Республиканской партии

Беларуси не обновляется с 2001г. информация которая там содержится имеет отношение к началу 1990х. Соответственно пользователь сети интернет не получает актуальную информацию о деятельности этой партии о изменении ее программы и современного состоянии. Возможно это одна из причин п которой партии занимает в рейтинге партий последнее место. (сайт республиканской партии Беларуси)

В политической жизни Беларуси интернет пространству еще предстоит занять свое место в политической борьбе, это обусловлено тем, что сами партии не имеют достаточно весомого место в политической жизни страны. Социологические опросы показывают, что наиболее успешные партии не могут преодолеть барьер в 1,5%, а рейтинг партий аутсайдеров близок к нулю[2].

Однако нельзя сказать, что политическая жизнь сети интернет развивается слабо. Так в социальных сетях партий США, Германии, Китая, Франции находятся миллионы подписчиков, которые активно следят за развитием политики той или иной партии.

Кроме положительного момента интернет и социальные сети дают возможность и аккумуляции политически радикальных сил, которые используют интернет и социальные сети для нелегальной политической борьбы и терроризма. Они не могут легальным путем участвовать в политической жизни страны так как (либо малочисленны, вынуждены скрываться по политическим причинам, имеют мало последователей, но стремятся участвовать в политике и др.), например, волна свержений правящих режимов в Египте, Ливии, Тунисе были непосредственно связаны с политической деятельностью через интернет в этих странах и за рубежом оппозиционно настроенных политиков, партий, организаций, спецслужб и д.р).

Политическая интернет борьба начала носить информационный характер и иметь все больше влияние на политическое воззрение мирового сообщества и электората той или иной страны.

«Практически все политические партии США имеют группу в социальных сетях: Facebook, «ВКонтакте», LinkedIn. Лидером является Либертарианская партия (группы в пяти различных социальных сетях). Вообще не имеет сообществ в социальных сетях Демократическая партия США, но она активно использует альтернативный интернет контент в пиар компаниях. В России лидер «контактов» – партия «Единая Россия» (в трех социальных сетях). Ее официальная группа создана для «коммуникации и интерактива с пользователями», предоставляя возможность общественно-политических дискуссий. Группа модерлируемая, каждый участник может оставлять комментарии и сообщения». Администраторы группы вправе удалять посты и комментарии без объяснения причин, а также сообщения участников, провисевшие больше суток без отметки «лайк». Например,

блог «Единой России» в «Живом журнале» предполагает обязательную модерацию всех сообщений. Здесь установлен запрет на размещение агитационных лозунгов, нецензурных выражений, спама и рекламы. Содержание блога дублируют новости, размещаемые на официальном сайте партии. Это касается и контента группы «Единой России» в социальной сети «ВКонтакте» [3, с. 71].

Сайт Либерально-демократической партии России не имеет страниц в социальных сетях. Однако у В. Жириновского есть аккаунты и «ВКонтакте», и на Facebook, МЕДИА альманах и в блогах Mail.ru, и в «Живом журнале», и в Twitter. Вместе с тем раздел сайта «Говорит ЛДПР» включает подразделы «Слово депутата», «Аналитика», «Партийная пресса», «ЛДПР в СМИ», где открыта возможность комментариев к материалам этого раздела. Также на сайте есть опция «Обратная связь» [3, с. 71].

Сайт Коммунистической партии Российской Федерации не использует интерактивные сервисы. Кроме контактной информации с центральным и региональными отделениями никакой иной формы обратной связи не предусмотрено. Тем не менее в социальных сетях «ВКонтакте» и Facebook есть страницы КПРФ, предоставляющие возможность свободной дискуссии для пользователей в форме комментариев к сообщениям КПРФ.

Коммуникативные возможности интернета политические партии «Патриоты России» и «Справедливая Россия» также используют вне рамок своих официальных сайтов. Исключение составляет партия «Яблоко», которая хотя и вынесла комментарии к новостям на страницы в социальных сетях, но на сайте сформировала площадку для обсуждений – форум «Яблоко». Как у некоторых российских партий («Справедливая Россия», «Патриоты России», «Союз правых сил»), так и у американских (Демократическая партия, Конституционная партия) менее популярными медийными платформами являются Twitter и канал YouTube [3, с. 72].

Активная информационная деятельность на базе различных медийных платформ неизбежно приводит к содержательной унификации контента в рамках раз личных интернет-ресурсов. Фактически использование сервисов различных социальных сетей, ведение блогов на разных платформах либо требуют большого количества специалистов, создающих разный контент, либо предполагают представление единого контента различным группам аудитории всеми возможными каналами. Так, группа в Facebook «Единой России», ее аккаунт в «Живом журнале» содержательно дублируют друг друга. Канал на YouTube и профиль в Instagram отличаются из-за особенностей платформы, но предметно-содержательные характеристики у них одинаковые. Менее популярный информационный ресурс – сайты отдельных политических факторов, их

странички (профили) в социальных сетях. В частности, аккаунты на Facebook имеют руководители Республиканской партии и Конституционной партии. В Российском информационно-политическом секторе интернета можно встретить сайты лидеров ЛДПР, «Патриотов России», «Справедливой России» [4].

В избирательных кампаниях (даже в условиях «суверенной демократии») важен информационный обмен, так как без существования обратной связи с электоратом любая кампания обречена на неудачу. Многие политические партии и кандидаты оценили достоинства Интернета как средства интерактивного общения, его возможности проведения дискуссий. Еще одна важная тенденция развития политического Интернета в постсоветский период - создание средствами политического Интернета публичности и привлекательного имиджа участникам выборов. С каждой последующей избирательной кампанией органы государственной власти, политики, политические партии и движения все более активно используют Интернет-технологии.

Учитывая непрерывный рост числа Интернет-пользователей, эта тенденция сохранится и в будущем. Вместе с тем нельзя не отметить некоторые проблемы, связанные с использованием избирательных Интернет-технологий. Во-первых, отсутствует их правовая регламентация. Во-вторых, на данный момент недостаточно полно используются возможности Интернета. Наиболее востребованы у субъектов политического процесса новостные рассылки, электронная почта, баннерная реклама, создание Интернет-представительств, использование форумов и блогов. Как правило, применяемые на сегодняшний день избирательные [4].

Интернет-технологии позволяют проводить информационно-пропагандистскую и мобилизационную работу в период избирательных кампаний. Поэтому перед научным сообществом стоит задача дальнейшего исследования избирательных Интернет-технологий. Интернет в России, безусловно, стал реальной политической площадкой, где, в отличие от федерального информационного пространства, идут острые идеологические дискуссии и кипит реальная жизнь. Вместе с тем существующие в обществе социальные институты, представители партий и общественных организаций, просто граждане в большинстве своем пока не умеют эффективно и масштабно использовать возможности Сети для выражения и защиты своих интересов. Социально-политический потенциал Интернета еще не освоен и не осознан в должной мере, а степень его участия в политико-избирательном процессе незначительна из-за информационного неравенства [5].

Террористические организации через интернет и социальные сети демонстрируют призывы к религиозной, национальной, этнической борьбе, демонстрируют массовые казни и публикуют свои выступления.

Страны всего мира ведут борьбу с такого рода проявлением политической борьбы в интернете и социальных сетях, но социальные сети и сеть интернет трудно контролировать в ракурсе легализации политической борьбы.

С конца 1990х. интернет стал активным площадкой политических скандалов во многих странах мира. Политические партии используют интернет ресурсы порою для вброса в общество компромата на ту или иную политическую силу. Создаются сайты, которые могут быть в политическом плане информационной однодневкой цель которого дискредитация оппонента

Таким образом, хотя интернет зачастую усиливает возможности политических активистов, во многих странах он также используется в негативных целях и порою вопреки законодательства этих стран. Необходимо усиливать борьбу с негативным проявлением такого рода политической борьбы.

#### *ЛИТЕРАТУРА*

1. Р.Т. В России интернет по популярности почти догнал телевидение. Опрос 2015 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://russian.rt.com/article/144227>. - Дата доступа: 10.07.16.
2. Котляров, И.В. Политические партии Беларуси на современном этапе Белорусского общества / И.В. Котляров. [Электронный ресурс] – презентация 2015г.
3. Соленикова, Н.В. Политический Интернет в российских избирательных кампаниях / Н.В. Соленикова // Общественные науки и современность. – 2007. – № 5. – С. 69-74.
4. Водолагин, А.Л. Интернет-СМИ как арена политической борьбы / Водолагин А.Л. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/data/487/675/1231/6.pdf>. – Дата доступа: 24.10.2016.
5. Маккиннот, Р. Политическая активность в интернете / Р. Маккиннот [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.inliberty.ru/library/439-politicheskaya-aktivnost vnbspinternete](http://www.inliberty.ru/library/439-politicheskaya-aktivnost-vnbspinternete). – Дата доступа: 24.10.2016.