

## ИНТЕРНЕТ-ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО РАЙОННЫХ И ГОРОДСКИХ ИСПОЛНИТЕЛЬНЫХ КОМИТЕТОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: ОЦЕНКА И СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

### Аннотация

В статье анализируется присутствие исполкомов базового уровня Республики Беларусь в сети Интернет. Проводится анализ проработанности официальных сайтов исполкомов, наличие аккаунтов в социальных сетях и мессенджерах. Анализируется посещаемость сайтов и аккаунтов в социальной сети «ВКонтакте».

**Ключевые слова:** социальная сеть, Интернет, исполком, посещаемость.

**DOI:** 10.51180/RPS.2022.20.3.011

### Автор

#### Гороховик Карина Евгеньевна

Студентка Института социально-гуманитарного образования Белорусского государственного экономического университета (Минск, Беларусь)



### Научный руководитель

#### Казак Олег Геннадьевич

Кандидат исторических наук, доцент кафедры политологии Института социально-гуманитарного образования Белорусского государственного экономического университета (Минск, Беларусь)



Современный мир невозможно представить без коммуникаций. Технический прогресс и развитие IT-сферы произвели революцию коммуникаций и перенесли их из мира реального в виртуальный. Решение вопросов дистанционно, быстрый доступ к информации стали обыденными явлениями. В такой ситуации институты государственной власти также начинают переходить в виртуальный мир. Их присутствие в Интернете позволяет быстрее реагировать и лучше отслеживать ситуацию в своей сфере.

В частности, наше исследование касается интернет-активности органов местного управления — райисполкомов и горисполкомов. Этим органам базового уровня управления, имеющим в качестве одной из задач работу с населением, требуется обладать высокой мобильностью и широким охватом аудитории.

Каждый орган власти обязан информировать население о своей деятельности. Согласно данным Института социологии Национальной академии наук Беларуси за 2019 г., 69,2% насе-

ния пользуется Интернетом ежедневно [1], поэтому органам власти требуется присутствовать в интернет-среде как минимум для передачи информации гражданам. В ходе информационной деятельности требуется выполнение как минимум трех задач:

1. Обеспечение доступа к информации о своей деятельности.

2. Публичное (массовое) информирование населения.

3. Информационное взаимодействие с гражданами и организациями [4. — С. 120].

Для анализа требуется рассмотреть:

1. Присутствие райисполкомов и горисполкомов в интернет-среде. Сюда входят: наличие страниц в «Википедии», присутствие в популярных социальных сетях и мессенджерах («ВКонтакте», Telegram, Facebook, Twitter, Instagram, «Одноклассники»).

2. Регионы, наиболее активные в социальных сетях.

3. Официальные сайты органов местного управления.

Основной задачей официальных сайтов является информационная поддержка деятельности органа управления. Однако не стоит забывать об имидже в Интернете. Сайты и страницы в социальных сетях в информационном обществе будут играть роль «витрины» [2. — С. 117].

В ходе проведенного анализа было выявлено, что подавляющее большинство сайтов райисполкомов создано плановым способом и имеет шаблонный характер. Отличительными особенностями таких сайтов являются цветовая палитра и их наполнение.

Каждая область, имея свой определенный шаблон, обслуживается соответствующим отделением БелТА (Белорусское телеграфное агентство). Сама структура сайтов является единой и включает описание государственного органа, новостную ленту, разделы по социально-экономическим вопросам, а также ссылки на ресурсы вышестоящих органов власти, СМИ и общественных

организаций. Описание весьма сжатое и поверхностное.

Новостная лента имеет более информативный характер, состоит из анонсов и описания мероприятий (в основном фотоотчетов) и статистики по региону. Таким образом, содержательная часть сайтов является весьма скудной, там не представлена более детальная информация. Во многом это связано с недостаточно активной работой пресс-служб.

Одной из задач сайтов исполкомов выступает прием электронных обращений граждан. Для решения данной задачи созданы специальные формы, в том числе написание писем на почту соответствующего исполкома, а другая форма, которая рассматривается как обращение физического или юридического лица, требует авторизации и носит административный характер. Отдельный раздел сайта представляет служба «Одно окно». Раздел присутствует на сайтах всех исполкомов; в нем указаны процедуры, которые выполняет служба, перечень документов, представлены примеры заявлений и т.д.

Присутствие исполкомов в социальных сетях оставляет желать лучшего. Данный показатель не входит в какую-либо государственную программу и не требует отчетности. В этой связи исполкомы не видят смысла поддерживать свое присутствие во всех социальных сетях. Это сказывается на коммуникации с обществом. Среди ежедневных занятий в Интернете мессенджеры и социальные сети посещают 50% и 45% респондентов соответственно, тогда как на специализированные сайты выходят только 13% [1]. Таким образом, органы власти теряют возможность получения оперативной обратной связи [4. — С. 99]. Как показал анализ, исполкомы сами выбирают социальную сеть, в которой они активно действуют. Скорее всего, этот выбор зависит непосредственно от председателя или его заместителей.

По нашим данным, чаще всего исполкомы используют сеть «ВКонтакте» (24,81% или 32 аккаунта). На втором месте сеть Twitter (23,26%, или 30 аккаунтов). Далее идут Facebook и «Одноклассники» (10,85%, или 14 аккаунтов), Instagram (8,53%, или 11 аккаунтов) и Telegram (5,43%, или 7 аккаунтов). Становится очевидным, что у исполкомов малая активность в социальных сетях. Самая низкая активность в Telegram, хотя данная сеть показала свою важность в событиях 2020 г. Следовательно, исполкомы не могут проводить активную работу в интернет-среде и поддерживать собственный имидж.

Особым образом работа в социальных сетях налажена в исполкомах Гродненской области. В ходе анализа выяснилось, что все исполкомы данного региона делают акцент на Twitter, но отказываются от других социальных сетей. Возможно, формат Twitter является оптимальным для исполкомов, так как не требует дублирования информации и фотоматериалов. Достаточно создать ссылку на новость и написать о ней несколько слов. Таким образом, не требуется уделять много времени данной сети. 60% всех Twitter-аккаунтов исполкомов в республике принадлежат представителям Гродненского региона. Однако они полностью отсутствуют в других социальных сетях.

Наименее представленным в социальных сетях регионом является Могилевская область (например, у них единственный нерабочий сайт исполкома в республике на момент анализа), а наиболее представленным — Гродненская область (за счет наличия у исполкомов всех районов аккаунтов Twitter). Само наполнение аккаунтов напрямую зависит от новостного наполнения сайтов (так они получают собственный продукт) и репостов со страниц республиканских, областных, ведомственных и других органов, присутствующих в соответствующих социальных сетях.

Основной проблемой интернет-ресурсов всех регионов является их

шаблонность. Исходя из анализа, многие регионы не уделяют должного внимания своим сайтам. Особенно это касается районов, отдаленных от центров региона. На их сайтах разрывы между новостями могут доходить до недели, а их содержание может не касаться региона (на момент анализа основной новостной фон составляло Всебелорусское народное собрание). В такой ситуации исполкомы не информируют население о делах региона, и сайт перестает быть востребованным.

В Брестской области уникальными являются сайты горисполкомов Барановичей, Пинска и Бреста. При этом все три сайта создавались и поддерживались БелТА. Барановичи имеют достаточно простой сайт, где вся информация представлена в удобном для пользователей виде. Но есть большая разница между русской и белорусской версиями сайтов. В подавляющем большинстве случаев сайты переводятся с помощью встроенного переводчика. Но на примере Барановичей мы видим именно отдельную версию сайта на белорусском языке. Однако белорусская версия сайта является урезанной. Так, в ней отсутствуют новостная лента и раздел «Афиша». Скорее всего, это связано с тем, что перевод новостей требует времени, а запрос на это несущественный. Брестский горисполком также имеет свой обновленный сайт. На самом видном месте присутствуют контакты исполкома и поиск по сайту. Также представлены ссылки на социальные сети. Но белорусская и английская версии сайта являются непроработанными и существуют только за счет внутреннего переводчика. Сайт Пинского горисполкома выглядит наиболее современным и нестандартным. Имеется возможность создать свой аккаунт на сайте для отправки заявлений, обращений и комментариев. Сама структура сайта достаточно проработана.

В Витебском регионе уникальность сайтов практически отсутствует. Различия между сайтами выражается только

в цветовой гамме и масштабах заголовков разделов. Единственным уникальным сайтом Витебского региона является сайт Новополоцкого горисполкома. Во-первых, он размещен во весь экран браузера (все остальные сайты региона обрезаны по бокам). Во-вторых, сама стилистика сайта принципиально отличается от общереспубликанского шаблона. Центральное место занимают не разделы сайта или контакты исполкома, а новостная лента. При этом сайт не имеет белорусской версии.

Уникальным примером оформления сайта в Гомельской области является только сайт Гомельского горисполкома. Данный сайт похож по оформлению на сайт Пинского горисполкома. Но он также проработан на других языках, хотя в плане оформления отсутствует несколько элементов. Это наиболее проработанный сайт в языковом формате (функционалируют как белорусская версия, так и английская).

Гродненский регион также не порадовал уникальностью. Шаблонные сайты выполнены качественно и эстетично. Единственным исключением является сайт Гродненского горисполкома, который, впрочем, явно уступает своим районным аналогам.

Сайты исполкомов Минской области пестрят уникальным оформлением, но все имеют одну структуру. Наиболее проработанными сайтами являются сайты не городских, а районных исполкомов (Березинский, Минский районный и Слуцкий). Однако все сайты для иноязычных версий используют внутренний переводчик.

Могилевская область имеет ряд уникальных сайтов, но они сильно уступают в качестве сайтам исполкомов других областей. Уникальными являются интернет-ресурсы Бобруйского горисполкома, Горецкого райисполкома и Могилевского горисполкома. Сайт Бобруйского горисполкома выглядит проработанным. Основной акцент сделан на структурировании сайта по сферам деятельности. Новостная лен-

та представлена слабо и в основном ограничивается ссылками на местные СМИ. Ситуация с сайтом Горецкого райисполкома похожа на кейс Гродненского горисполкома, когда нешаблонный сайт сделан хуже шаблонного. Но это единственный сайт, у которого есть китайская версия (благодаря нахождению в районе крупного вуза), основанная на внутреннем переводчике.

Особое внимание стоит уделить вопросу посещаемости сайтов. В ходе исследования мы воспользовались одним из сайтов-счетчиков (<https://be1.ru/>). Но данный ресурс не смог предоставить информацию по большинству сайтов. Таким образом, мы имеем данные только по следующим исполкомам:

1. Витебский горисполком — 62 555 посещений за февраль (17% населения).
2. Речицкий райисполком — 41 962 посещения за февраль (43% населения).
3. Минский горисполком — 333 052 посещения за февраль (16% населения).
4. Могилевский райисполком — 46 234 посещения за февраль (14% населения).

Для детального анализа мы решили изучить интерес общества к сайтам, рассчитав соотношение числа посещений к населению административно-территориальной единицы. В таком анализе может присутствовать погрешность, поскольку ресурсами сайта могут пользоваться жители и органы других районов. Но даже на примере этих данных мы видим, что запрос на интернет-ресурсы местных органов власти существует и есть необходимость активизировать указанный канал коммуникации.

Также мы проанализировали посещаемость самой крупной социальной сети в Республике Беларусь — «ВКонтакте». Данная сеть является наиболее популярной и среди исполкомов (32 аккаунта из 129 исполкомов базового уровня). Как показал анализ, данные аккаунты имеют разный уровень обслуживания и различную степень посещаемости. Для анализа был выбран

февраль 2021 г. На момент проверки один аккаунт заблокирован (Брестского горисполкома), часть аккаунтов уже не обслуживается (в основном в Могилевской и Минской областях), некоторые аккаунты не были активны в феврале (Браславский райисполком).

В ходе анализа было установлено, что посещаемость аккаунтов в социальной сети имеет минимальные значения. Для анализа мы провели вычисление средней посещаемости на душу населения. С помощью сайта-счетчика (<https://popsters.ru/>) мы получили данные средней посещаемости аккаунтов. Затем выразили в процентах соотношение средней посещаемости к численности населения административно-территориальной единицы. Посещаемость варьируется от менее 0,01% (Могилевский городской исполком) до 13,85% (Бешенковичский

райисполком). Стоит отметить, что посещаемость страниц райисполкомов (от 0,03% до 13,85%) выше, чем у горисполкомов (от 0,00084% до 0,11%).

Таким образом, местные исполнительные органы, хотя и присутствуют в сети Интернет, уделяют данной работе недостаточно внимания. Подтверждение этому — плохо проработанные сайты многих исполкомов. Местные органы власти, судя по всему, не видят необходимости широкого присутствия в социальных сетях. Вследствие этого исполкомы не могут оперативно высказаться по каким-либо событиям и создать приемлемый информационный фон. В основном данную функцию выполняют местные СМИ, но в условиях современного общества требуется более оперативная работа в области информирования населения и контакта с ним.

### Литература

1. Грозит ли нам технологическое варварство [Электронный ресурс] // СБ Беларусь сегодня. — URL: <https://www.sb.by/articles/optimizm-s-pristavkoy-kiber.html> (дата обращения: 14.03.2021).
2. Дворецкая И.И. Корпоративный имидж органов государственной власти, создаваемый посредством сети Интернет // Перевод. Язык. Культура: материалы VIII межд. науч.-практ. конф., Санкт-Петербург, 14 апр. 2017 г. / Ленинградский государственный университет имени А.С. Пушкина; ред.: Е.В. Дворецкая. — СПб., 2017. — С. 117–120.
3. Кривоухов А.А. Перспективы интернет-взаимодействия населения и органов власти в контексте развития информационного права // Коммуникология. — 2019. — Т. 7. — № 4. — С. 117–127.
4. Чугаева Е.О. Интернет-коммуникации как современные методы диалога власти и общества // Коммуникология. — 2018. — Т. 3. — № 3. — С. 97–110.