

Секция «Политические науки»

Рассмотрение партийных веб-сайтов Единой России и ЛДПР в качестве современных визитных карточек политических партий

Соколов Михаил Антонович

Студент

*ПИ (ф) РАНХиГС (ПАГС им. П.А. Столыпина), политико-правового управления,
Саратов, Россия*

E-mail: miansokolov@gmail.com

Сайт в Интернете — визитная карточка любой компании или частного пользователя, оформленная в увлекательной графике, от простой информационной странички до путеводителя по конкретной области знаний или сфере бизнеса.

Веб-сайт — системное многоуровневое объединение разных ресурсов и сервисов. Дает пользователю четкую информацию, осуществляет мгновенный доступ к таким сервисам, как поисковые системы, электронный шопинг, бесплатная электронная почта, торговая реклама, мгновенная рассылка сообщений, веб-аукционы; обладает возможностью как привлекать большое число пользователей, так и собирать информацию об их интересах.

В данной работе рассмотрены веб-порталы таких парламентских партий как Единая Россия и Либерально-демократическая партия России. Особое внимание уделено позиционированию сайта ЛДПР, его оппозиционности партии власти. Для написания данной работы проведен регулярный просмотр и мониторинг партийных сайтов ЛДПР и ЕР, помимо этого были рассмотрены предпосылки, позволяющие веб-порталам партий, играть роль визитных карточек.

Рассмотрение сайтов партий проводилось по следующим критериям:

1. Главная страница: цветовая составляющая, символика партии, структура, направленность заголовков материала, наличие новостной ленты и форумов, используемые изображения, направленность на молодежь, связь с регионами.
2. Подразделы: характеристика размещенной информации.

Партийные веб-сайты, как правило, размещают партийных контакты, новости, проекты, реализуемые в настоящее время и различный медиа-контент. Сайт может быть использован партией в качестве средства влияния на целевую аудиторию, для дальнейшего завоевания власти. Детально разложив сайт на составляющие можно отметить его сильные и слабые стороны, а также понять, насколько использован потенциал сайта как средства влияния. Упор тут сделан на подсознание, такими деталями как скрытые послания, грамотно подобранные изображения, видеоряд.

Результатом работы является подробный обзор и сравнение двух сайтов парламентских партий по разработанным автором критериям. Рассмотрение наиболее грамотных и эффективных для восприятия цветовых решений и изображений.

Проведенное исследование показало, что веб-сайты парламентских партий Российской Федерации, представляют собой не средство коммуникации между партиями и потенциальными избирателями, а современные визитки политических партий.

Литература

1. Введение в политологию. Пугачев В.П., Соловьев А.И. 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2004.
2. Мокшанцев Р.И. Психология рекламы. Учеб. пособие/Науч. ред. М. В. Удальцова. – М.: ИНФРА-М, Новосибирск: Сибирское соглашение, 2003.
3. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. 5-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2007.
4. <http://er.ru> (Единая Россия официальный сайт партии)
5. <http://ldpr.ru> (ЛДПР официальный сайт партии)
6. <http://www.molvremya.ru> (организация Время молодых)
7. <http://pws-conf.ru/studentam/pr-reklama-distsiplina/683-dizain-maketnoy-reklami.html> (Международная научно-практическая конференция "Личность–слово–социум")