

БЛОГ ЯК ФЕНОМЕН ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

У статті розглядається блог як нове явище інтерактивної політичної культури в процесі політичної комунікації. Аналізуються поняття „блогосфера”, „блог”. Досліджується зміст української блогосфери. Оцінюються достоїнства та недоліки блога як засобу політичної комунікації.

Ключові слова: блог, блогосфера, політична комунікація.

Дослідження даної теми актуальне, тому що блог синтезує в собі практики споживання й комунікації. Блоги, або, як їх ще називають, мережні щоденники, представляють багатий матеріал для дослідження впливу Інтернету на процес політичної комунікації.

Мета статті – розглянути роль блога як явища нової інтерактивної політичної культури в процесі політичної комунікації. Завдання статті: проаналізувати сутність понять „блогосфера”, „блог”, дослідити роль блога в політиці взагалі й в українській політиці, зокрема.

Термін „блогосфера” з’явився в 1989 р. і позначав „сукупність всіх блогів”, яких на той момент було зовсім небагато. На той час у всьому світі їх налічувалося біля декілька сотень, а зараз, за даними британської консалтингової компанії Gartner, їх уже більше сотні мільйонів [1]. Вважається, що перші блоги в їхньому сучасному виді з’явилися наприкінці 1997 або початку 1998 р.р., хоча аналоги блогів існували вже давно. Інтернет-блоги вперше з’явилися в США й одержали поширення як особисті мережні щоденники, в яких можна обговорювати те, що цікавить авторів і його друзів-передплатників. По суті, Інтернет-блоги - це творчий розвиток ідеї інтернет-форумів у бік їхньої індивідуалізації, підвищення прав і можливостей окремих користувачів. Очевидно, що популярність блогів викликана тим, що сучасна людина стала більше прагнути до самовираження, до самостійного формування свого кола спілкування й кола джерел інформації. Блоги надали для цього зручні технічні засоби. Як пише А. Хитров, „Автором мережного щоденника рухає свого роду азарт від усвідомлення своєї експансивності. Щось подібне до інстинкту захоплення нових територій. Автор одержує позитивний зворотний зв’язок, коли розуміє, наскільки пластичний матеріал, з яким він працює... Користувач може за п’ять хвилин створити свій аккаунт у мережному щоденнику, за десять може побудувати за шаблоном домашню сторінку, ініціювати дискусію у форумі, яку підхопить маса інших користувачів знову ж за гранично короткий час. Автор може відмовитися від тотожності своєї особистості й втрутитися в цю дискусію від іншої особи. Його поява в мережі не залишиться непоміченою. Він буде проіндексований пошуковими машинами, знайдений друзями, ворогами або, за відсутністю таких, принаймні, може бути атакований спамерами. Написання ж чого-небудь у мережному щоденнику цей відгук гарантує. Власне існування користувача неминуче буде доведене” [2].

Використання блогів дозволяє швидко створювати нові соціальні мережі, не обмежені державними кордонами співтовариства за інтересами, захопленнями і симпатіями. Для блогів характерна можливість публікації відгуків, коментарів відвідувачами. Вона робить блоги середовищем мережного спілкування, яке має ряд переваг перед електронною поштою, групами новин, веб-форумами й чатами, тому інтернет-блоги привертають увагу багатьох політиків, які прагнуть іти в ногу з часом.

З одного боку, блоги популяризують актуальні дані з менш цікавих блогів, одночасно, звертаючи на них увагу читачів. З іншого боку, такі блоги мають власну точку зору на те, що цікаво читачам, а що ні. Фактично блоги впливають на політику й на контент традиційних ЗМІ. Дискусії з приводу співвідношення традиційних ЗМІ та блогів,

зіставлення традиційної друкованої літератури й мережної онлайн-ової творчості приводять до висновку про те, що блоги не можна класифікувати як приналежні до якогось розряду вже наявних явищ Інтернет-простору. Мова йде про зовсім нове явище, яке, безперечно, впливає на процес політичної комунікації й формування медіа-простору, надає їм нових відтінків. Це не дивно, оскільки історія дає приклади того, як, наприклад, у результаті освоєння європейцями вогнепальної зброї трансформувалася лицарська етика, технологічні інновації в індустрії музичних інструментів призвели до збагачення музичної культури ХХ століття новими жанрами й напрямками.

Політичні блоги читають редактори, видавці, репортери, оглядачі й ін. Більше того, політичні блоги здатні впливати й на світову політику. Так, політологи Маргарет Кек із Університету Джона Хопкінса й Катрін Сиккінс із Університету Міннесоти звернули увагу на те, що політичні активісти не здатні змінити ситуацію у своїх країнах, всі частіше звертаються до допомоги блогів, щоб привернути увагу світової громадськості й, у такий спосіб, вплинути на свою владу. Вони назвали це явище „ефектом бумерангу” - збільшення тиску на цю країну. Перші зразки цього явища вже відомі: так арешт відомого китайського блоггера призвів до того, що багато держав виразили Пекіну свою заклопотаність цим фактом [3].

За даними газети „Вебпланета”, яка посилається на результати досліджень, проведених компанією Harris Interactive, „Двоє з п'ятьох американських користувачів Інтернету хоча б раз читали політичні блоги, чверть інтернетчиків читають їх раз на місяць і частіше. Кількість людей, які читають політичні ресурси й прогнози, серйозно перевищує кількість людей, які коментують інформацію в цих блогах. З'ясувалося, що інтерес до політичних блогів, в основному, виявляють люди з вищою освітою” [4].

У виданні Morning відзначається, що „Все більша кількість жителів США виражають свою прихильність читанню блогів. Результати нового дослідження показують, що аудиторія блоггерів виросла на 32 млн. чоловік лише в Америці. Як повідомляє Factobserver.com, кількість читачів блогів збільшилася на 58% в Америці в 2004 р. Деякі читачі зацікавилися блогами лише нещодавно, під час президентської кампанії. У дослідженні говориться, що політичні блоги читало 10% інтернет-користувачів США. Це приблизно 12 млн. чоловік. Інтерес до політичних блогів пояснюється тим, що в ході президентської гонки гарячу інформацію про того або іншого кандидата можна було прочитати саме у блогах” [4].

Ще в 2004 р. поняття „блог” не було зрозумілим для широкої публіки й, навіть, посіло перше місце в десятці найпопулярніших пошукових запитів. Однак вже в 2006 р. його значення стало відоме практично всім користувачам мережі Інтернет. У той же час дане поняття продовжує залишатися популярним і стає предметом дискусій у різних інформаційних виданнях. Так, деякі думають, що блог – це революційна „інтернетівська зброя”, завдяки якій будь-який користувач Інтернету може стати керівником процесу виробництва інформації. Інші вважають, що блоги засмічують Інтернет і ускладнюють пошук корисної інформації. За результатами дослідження, присвяченого блогам і в ході якого було опитано 1012 чоловік, „одержання корисної інформації” цікавить 69% усіх читачів блогів. Відповіді „розважитися, відпочити” і „сприяє спілкуванню, знайомствам” набрали майже рівне число голосів, по 40 з невеликим відсотків кожна. Ще чверть користувачів, які відповіли, читають онлайн-щоденники, „щоб залишатися фахівцем у своїй галузі”. А один респондент читає блоги, „щоб жити”. При дослідженні мотивів ведення й читання блогів з'ясувалося, що ситуація не сильно змінилася у порівнянні з жовтнем 2006 року, коли Suscribe.ru проводив аналогічне дослідження. На перших місцях – „самовираження” і „спілкування, знайомство з новими людьми”. Цікаво, що 25,6% блогерів ведуть щоденники для того, щоб розширювати свій кругозір і 19% - щоб підтримувати експертний рівень у своїй галузі. Хтось відповів, що веде щоденник для „зберігання корисних даних”, „зливу туди ідей, щоб не забути їх і звільнити місце для нових”. Другий блок питань присвячений темам, за якими ведуть/хотіли б вести й

читають/хотіли б читати блоги. Виявилося, що за темою „Політика” блоги ведуть 7% опитаних, хотіли б вести – 6,6% опитаних, регулярно читають політблоги 18,2% опитаних, хотіли б читати політичні блоги 15% опитаних [5].

Як ми вже відзначали вище, прийнято визначати блоги як онлайніві щоденники. Тобто мова йде про спеціально створені веб-сервіси на базі сучасних інфокомунікаційних технологій (і в цьому їхня відмінність від звичайних гістьових книг і форумів), на яких користувачі ведуть електронні щоденники, коментують записи інших користувачів, самостійно керують змістом і видаляють зайві коментарі. Слово Блог (Blog) походить від англійського Weblog, що переводиться як веб-журнал. Відповідно, ведення онлайнівого щоденника або блога отримало назву блоггинг, а людина, яка веде блог - блоггер. Як відзначають експерти, блоги стали не тільки природним продовженням моди на ведення домашніх сторінок користувачами Інтернету, але й дозволили збільшити число непрофесійних письменників завдяки застосуванню спеціального програмного забезпечення („движків блогів”), що дає можливість користувачам без особливої технічної підготовки підтримувати свої блоги.

Як образно висловився А. Хитров, ”дерево можливих дій мережних агентів має безліч галузей”. Таким чином, сутність ведення мережного щоденника не зводиться до залишення у ньому записів. Вести мережний щоденник – це означає займатися постингом, коментуванням, включенням або виключенням інших користувачів у друзі, читанням, застосуванням візуальних засобів, роботою над оформленням щоденника, брати участь у житті віртуальних співтовариств, організовувати їх. Так, наприклад, у „Живому журналі” модусом активного віртуального життя виступає вивішування фотографій, використання деяких елементарних елементів мови html, зміна „юзерпиків”, вибудовування гіпертекстових полів, використання мережного жаргону [6].

Поступово блоги перестали бути екзотичною розвагою для окремих користувачів. Їх стали розглядати як спосіб масової доставки інформації, що не могло не зацікавити організації й суспільні групи. З'явилися класифікації блогів, наприклад, за авторським складом – особисті, групові (корпоративні, клубні й т.п.) або суспільні (відкриті) або ж за змістом – тематичні або загальні.

Блоги використовуються політиками як засіб комунікації та для підвищення своєї популярності. В 2005 р. в New York Times була опублікована стаття про ріст популярності політичних блогів. На думку даної газети, політичні блоги стали сьогодні проявом сили (або як говорять французи „tour de force”) для багатьох політичних кіл. Вплив блогів особливо відчутний після голосних і несприятливих подій. Якісні блоги з професійними коментарями стрімко здобувають велику кількість трафіка. Сьогодні саме політичні блоги розвиваються найбільш динамічно в блогосфері.

Також слід зазначити інформаційну роль блогів як своєї альтернативи офіційним ЗМІ. Так, наприклад, під час війни в Іраку з'явилися блоги американських солдатів, які розповідали правду про те, що відбувається на цій війні. На інших блогах родичі й друзі солдат розміщали солдатські листи з описанням того, що відбувається. Ці блоги стали альтернативою офіційній пресі й пропагандистським інструментам адміністрації США. Блогерський рух став своєю формою протесту проти тиску адміністрації на ЗМІ. У статті „Блоггери як мисливці за трофеями у службах новин”, опублікованій в американській газеті „New York Times” відзначається зростаючий вплив блогерського співтовариства [7, с.103]. За результатами досліджень, проведених у США влітку 2007 р. було виявлено, що половина співробітників Конгресу США вважають, що політичні блоги більш корисні для орієнтації в сучасній американській політиці, ніж традиційні засоби масової інформації. Цю думку розділяє велика кількість рядових американців: більше третини з тих, хто читає політичні блоги, називають політичні телепередачі „безглуздою тратою часу” [7, с.103]. Оцінюючи роль блогів у політиці, дослідники виділяють найбільш характерні тенденції: 1) використання блогів для інформування, консолідації прихильників і координації їхніх дій; 2) пропаганда й

„обкатування” своїх ідей”]; 3) контрпропаганда, боротьба проти політичних опонентів [7, с.102].

Останнім часом політичні ЗМІ багато уваги приділяють блогосфері. Дослідники пояснюють це чотирма причинами: матеріальні стимули (дешевий і якісний контент), особисті зв'язки в Мережі (першими політблогерами найчастіше були журналісти з тісними зв'язками в провідних традиційних медіа), аналіз і швидкість. Провідні політичні блогери стають усе більш впливовими. Одним з фактів, які підтверджують це, є те, що і Республіканська партія, і Демократична партія США акредитували блоггерів як співробітників ЗМІ на свої з'їзди [8].

У Росії одним з найбільш популярних є блог LiveJournal (Живий Журнал, скорочено LJ або ЖЖ), що почав працювати 18 березня 1999 р. Російський сектор Живого Журналу в останні роки є одним із тих, що найдинамічніше розвиваються. Зараз він містить, за деякими даними, більше 1 млн. щоденників і співтовариств, у яких щодня з'являються десятки тисяч записів. Більшість блоггерів - мешканці найбільших міст, де найпоширеніший інтернет-зв'язок.

Сервіс „Живого журналу” (www.livejournal.com) є безперечним лідером серед користувачів блоغو-сервісів і в українському сегменті Інтернету. Російськомовність „Живого журналу” не перешкодила українцям створити в ЖЖ багато тематичних співтовариств. Серед них є співтовариство, метою якого є рекламування нових співтовариств українського сегмента Інтернету [9].

Основна перевага Живого журналу полягає в тому, що тут вдалося зібрати цікаве співтовариство користувачів, які мають можливість спілкуватися один з одним.

Поряд з Живим Журналом розвиваються й інші подібні сервіси - Blogger.com, Blogs mail.ru, Diary.ru, Liveinternet.ru, Lj.rossia.org, MySpace і ін. Усе більше стає інших онлайн-співтовариств. Багато щоденників мають не стільки „приватну”, скільки яскраво виражену суспільно-політичну спрямованість. У Росії створено вже кілька десятків „політичних” співтовариств, зокрема, izbircom.org, [В Уанеті крім „Живого журналу” є кілька інших сервісів, які пропонують можливість вести блог. Наприклад, універсальний портал „Жива інформація”. Автор цього проекту - Олексій Мась. На цьому ресурсі пропонуються додаткові, у порівнянні з Живим журналом, можливості. Завдяки новим технологіям користувачі можуть не тільки коментувати записи, але й обмінюватися один з одним повідомленнями.](http://org_ru_politics.politart.politic_ru.political_map.politics_ru.politclub.polit_journal.politics.politicsforum.politdeal.politika_ru.politkniga.politnauka.polititione.politpressa_ru.politteh.preemnik_ru.preemniki_net.president_2008.provocatory.ru_kremlin.ru_opposition.ru_politanalys.ru_politic.ru_politics.ru_politik.ru_vlast.russ_politics.svobodaslova.vybory2008 і ін.</p></div><div data-bbox=)

Багато щоденників „партійно-політичної спрямованості” використовуються політиками для залучення прихильників, для надання їм інформації, для координації дій під час проведення заходів.

В інтернет-просторі ведеться боротьба різних політичних сил. І ця ситуація характерна для багатьох країн. Так, наприклад, навесні 2007 р. МЗС Ізраїлю почало мобілізацію добровольців для війни в інтернет-блоггах: „Міністерство закордонних справ Ізраїлю почало війну за імідж країни на найбільшому в мережі Інтернет сайті обміну відеороліками You-Tube, переповненому антиізраїльськими роліками й коментарями, повідомляє NEWSru Israel з посиланням на газету Maariv. Відділ МЗС зі зв'язків із громадськістю й пропаганди ініціював програму, яка передбачає проізраїльську пропаганду на інтернет-блоггах, з наголосом на відеоматеріалах. З цією метою МЗС мобілізує тисячі добровільних помічників, як в Ізраїлі, так і за кордоном, які повинні будуть за допомогою спеціальної програми відшукувати в мережі антиізраїльські публікації й моментально реагувати на них. За словами заступника гендиректора МЗС Авіва Шир-Она, „інформаційна війна в Інтернеті ведеться вже більше двох років, і ми приділяємо їй особливу увагу” [10, с.113].

В Уанеті політичні блоги стали з'являтися приблизно з 2004 р. Розглянемо найбільш відомі політичні блоги української блогосфери.

Головною темою блога „Політолог” (www.Politolog.com.ua) є Інтернет і політика. Тут можна зустріти міркування про роль Інтернету в політичній боротьбі, аналіз політичних сайтів, новини, нові політичні ресурси, нові проекти, коментарі експертів і ін.

У блозі „Перший політичний блог”, що створений у жовтні 2005 р., планувалося щодня аналізувати події політичного життя. Як відзначають спостерігачі, поки такого аналізу тут недостатньо.

У політичному блозі „yushenko.co.ua” відзначається, що це блог про жовтогарячу Україну, дайджест із щоденною публікацією статей і заміток про сучасну українську політичну еліту. Читачі можуть брати участь у дискусії та залишати свої коментарі. Блог має чотири розділи: „Про Тимошенко”, „Про газ”, „Про Ющенко”, „Інше”. Джерелом для публікацій сайту є онлайнві видання.

Новий політичний блог з'явився на сайті мережного видання „Фраза”. Блог має гумористичну спрямованість. Інформацію в ньому можуть розміщувати читачі.

Поки ще в українській блогосфері не так багато блогів, які відрізняються високим рівнем політичного аналізу. До таких можна віднести політичний блог Віталія Портникова, відомого політичного оглядача. Блог зареєстрований на сервісі „Живого журналу”. Тут можна знайти авторські аналітичні матеріали про події в Україні й у світі, які були опубліковані в різних виданнях.

Блог "Українська політика" створений як заміна співтовариства „Вибір 2004”. Тут аналізуються події в українському політикумі. Учасники блога є досить активними.

Співтовариство „Політичне життя в Україні: Погляди, думки, коментарі” також досить популярне. За назвою можна судити й про зміст даних Інтернет-ресурсів.

Співтовариство „Територія здорового глузду” не таке популярне, як попереднє. Але тут також можна обговорити політичні події, причому, незалежно від політичних переваг. Записи в основному розміщує користувач.

Особливо популярне і активне українське політичне Жж-співтовариство. Своєї популярності воно набуло ще під час президентської кампанії 2004 року.

Виборам у Верховну раду в 2006 р. був присвячений політичний блог – 2006_vyboгу_ua.

На думку експертів, політичних Жж-співтовариств в Уанеті набагато більше, ніж політичних блогів. Перші не є блогами в загальноприйнятому змісті, проте вони дуже популярні серед Інтернет-користувачів, які хочуть обговорити актуальні проблеми політичного життя.

На сторінках інтернет-видання „Українська правда” відкрився розділ блогів. Проект являє собою особисті щоденники публічних людей, політиків, журналістів і письменників. Автори запрошуються особисто редакцією видання.

Свою згоду на участь у проекті підтвердили: глава Харківської обласної адміністрації Арсен Аваков, лідер партії „ПОРА” Владислав Каськів, письменниця Оксана Забужко, політтехнолог Олег Медведєв і журналісти Олена Притула, Дмитро Гордон, Ігор Луценко, Мустафь Найем і Сергій Лещенко.

Свої блоги також запустили Михайло Бродський і Юрій Луценко.

24 липня 2007 р. на оновленому сайті Народної самооборони з'явився блог Юрія Луценка. Як відзначив Ю. Луценко, презентуючи сайт, веб-сторінка потрібна, у першу чергу, як дискусійна площадка: „Це не агітація, не пропаганда, це націлене не на результати виборів, а на інтелектуальну дискусію”. І далі: „Доброзичливець підкаже, опонент покритикує – і в тому, і в іншому випадку я буду вдячний. Так я стану сильнішим у дебатах з опонентами” [11]. Ю. Луценко призвав усіх зацікавлених відкрити свої щоденники на сайті, відзначивши, що серед інтернет-аудиторії багато вдумливих і конструктивних людей. „Це буде не стаціональний офіціоз із заявами лідерів. Нам цікаво, щоб туди писали читачі, прихильники, опоненти” [12].

Народний депутат попередніх скликань і власник інтернет-холдингу „Оглядач” Михайло Бродський відкрив щоденник у Живому Журналі. Перший запис містить відеобіг до всіх українських користувачів, що засвідчує особистість власника журналу.

„Мені хочеться розповісти про себе правду... Подобається вона вам або не подобається – заперечуйте, пишіть. Може, хтось із вас знає по життю інше про мене, зустрічався зі мною, може мені пред’явити погані вчинки – я готовий за все відповісти перед усіма. Обіцяю, що не відмовлюся від жодної відповіді”, – обіцяє політик. У відповідь Жж-громадськість розгорнула привітальний флешмоб. Коментарів виявилось так багато, що М. Бродський зізнався, що у нього бракуватиме часу відповідати кожному особисто. „Тут виявилось навіть цікавіше, ніж я очікував. Спасибі за гарні слова, і за негарні – теж спасибі”, говорить він [13].

За наявними даними, про українські політичні події пишуть приблизно 6 десятків блоггерів російською і українською мовами. Основними резонансними подіями української політичної блогосфери в 2007 р. були: історія з нібито отруєнням міністра внутрішніх справ Василя Цушка, скандал з опублікуванням Службою безпеки України компромату на экс-генпрокурора України Святослава Піскуна, аргументи блоггерів про „монументальний” скандал в Естонії, Указ Президента України про розпуск Верховної Ради 5 скликання, перехід опозиційних депутатів-блоггерів Олега Антипова й Василя Чичкова на сторону „антикризової” коаліції, загибель політика Євгенія Кушнарєва й відкриття народними депутатами персональних щоденників [14].

Оцінивши достоїнства політблогів, варто вказати й на їхні недоліки. Зокрема, на те, що їхня аудиторія обмежена колом активних користувачів Інтернету. У той же час не всі дослідники Інтернету з цим згодні, оскільки число користувачів Інтернету постійно збільшується. Також варто враховувати те, що аудиторія блогів має безпосередній зв’язок з інтелектуальною й політичною елітою, і вона здатна служити потужним ретранслятором інформації.

Недоліком також є те, що наприклад, у Живому Журналі часто зустрічаються так звані „помилкові” щоденники, в яких використовуються або імена відомих політичних діячів, або ім’я, схоже на реально існуючий блог, з метою залучення користувача Інтернету на свій щоденник для повідомлення свідомо помилкової або неперевіреної інформації. Причому можливий відвідувач може навіть не здогадуватися про те, що він потрапив не на той блог. Для цього може застосовуватися аналогічний дизайн і структура щоденника.

ЛІТЕРАТУРА

- 1.Чернышев Ю.Г. Использование интернет-блогов в политической борьбе [Електронний ресурс] / Ю.Г. Чернышев – Режим доступу: <http://www.adme.ru/business/2007/01/31/14708.html>. – Назва з титул. екрану.
2. Хитров А. Блог как феномен культуры [Електронний ресурс] / А.Хитров – Режим доступу: <http://www.management.edu.ru/images/pubs/2008/03/21/0000321728/05-Hitrov.pdf>. – Назва з титул. екрану.
- 3.Чернышев Ю.Г. Использование интернет-блогов в политической борьбе [Електронний ресурс] / Чернышев Ю.Г. – Режим доступу: <http://www.adme.ru/business/2007/01/31/14708.html>. – Назва з титул. екрану.
- 4.Сайт Агентство Интернет новостей. Баловсяк Н. Политические блоги в Уанете [Електронний ресурс] / Н.Баловсяк – Режим доступу: <http://ain.com.ua/archives/3031?itemid=3079>. – Назва з титул. екрану.
- 5.Сайт Блог в помощь. Спроси блогосферу. Часть 1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://blogbook.ru/2007/07/22/sprosi-blogosferu-chast-1/>). – Назва з титул. екрану.
6. Хитров А. Блог как феномен культуры [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.management.edu.ru/images/pubs/2008/03/21/0000321728/05-Hitrov.pdf>. – Назва з титул. екрану.

7. Чернышев Ю. Г. О влиянии блогосферы на Российскую публичную политику / Ю. Г. Чернышев // Политическая наука. – 2008. – № 2. – С. 99–119.
8. Сайт Політичний блог. Климович С. „Електронні пси демократії” [Электронный ресурс] / Климович С. – Режим доступа: <http://polit.blog.net.ua/2007/06/18/forming-ukrainian-blogsphere/>. – Назва з титул. екрану.
9. Сайт Живой Журнал [Электронный ресурс]. – Режим доступа к журналу: http://community.livejournal.com/ua_lipromo/profile. – Назва з титул. екрану.
10. Чернышев Ю. Г. О влиянии блогосферы на Российскую публичную политику / Ю. Г. Чернышев // Политическая наука. – 2008. – № 2. – С. 99–119.
11. Сайт Ricardo. Луценко презентовал свой интернет-блог [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ricardo.com.ua/news/politics/14088>). – Назва з титул. екрану.
12. Сайт Internet.ua. – Режим доступа: <http://news.internetua.com/blogsphere?page=8>. – Назва з титул. екрану.
13. Сайт Політичний блог. Климович С. „Електронні пси демократії” / С.Климович – Режим доступа: <http://polit.blog.net.ua/2007/06/18/forming-ukrainian-blogsphere/>. – Назва з титул. екрану.

Недбай В.В.

БЛОГ КАК ФЕНОМЕН ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

В статье рассматривается блог как новое явление интерактивной политической культуры в процессе политической коммуникации. Анализируются понятия „блогосфера”, „блог”. Исследуется содержание украинской блогосферы. Оцениваются достоинства и недостатки блога как средства политической коммуникации.

Ключевые слова: блог, блогосфера, политическая коммуникация.

Nedbay V.

BLOG AS A PHENOMENON OF POLITICAL COMMUNICATION

The paper considers the blog as a new phenomenon of interactive political culture in the process of political communication. The notions „blogsphere”, „blog” are analysed here. The contents of Ukrainian blogsphere are investigated. Advantages and disadvantages of the blog as a means of political communication are evaluated. blog, blogsphere, political communication.