

Юрій Данько

Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ЗАСІБ ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Yurii Danko

H.S. Skovoroda Kharkiv National Pedagogical University, Ukraine

SOCIAL NETWORKS AS A MEANS OF POLITICAL COMMUNICATION

The article describes social networks as a new tool of political communication. Unlike traditional media, social networks are becoming increasingly attractive form of communication and impact on audience, opening the possibility of multilateral communication. New communication technologies enable effective virtual collaboration. This paper examines the stages of development of political Internet communication.

It is also noted that the Internet has a number of advantages in relation to traditional media in hold of election campaigns. The popularity rating of Ukrainian politicians at social networks Facebook and Twitter was presented. Internet elections as a new format of election was considered.

Key words: Internet, social network, communication, Internet communication, Internet elections, election campaign.

Постановка проблеми. У сучасному світі мережа Інтернет становить собою абсолютно нову комунікативну середу зі своїми специфічними особливостями. Ступінь розвитку, популярності та поширеності Інтернету дозволяє говорити про значущість цього каналу комунікації.

Інтернет часто розглядається як один із важливих чинників глобалізації, який полегшує доступ людей до інформації і тим самим стирає міжрегіональні відмінності¹.

У зв'язку з поширенням інтернет-технологій у сучасному світі, сполученим зі зручними, формалізацією традиційних каналів політичної комунікації, а зокрема ЗМІ, соціальні мережі стають дедалі більш популярним і зручним засобом комунікації.

Активно проникаючи до політичної сфери, нові інформаційно-комунікаційні технології можуть якісно змінити «старі» уявлення, настанови, стереотипи і моделі взаємовідносин між політичними інститутами і індивідами².

Аналіз актуальних досліджень. Проблема дослідження мережевого суспільства є предметом вивчення багатьох західних учених: М. Кастельса, Д. Белла, А. Турена, А. Тоффлера, Дж. Гелбрейта, Р. Інгельгарта. Проблемами інтернет-комунікації та спілкування і взаємозв'язком користувачів у мережі займалися вітчизняні вчені: Є. Акімова, Ю. Бабаєва, О. Белінська, Д. Іванов, Д. Кутюгін, В. Сілаєва, О. Філатова. Вивченням політичної комунікації в Інтернеті та її ролі у функціонуванні політичної сфери в цілому займалися: Д. В. Акаєва, А. І. Бикова, М. В. Кондрашин, А. Ю. Михайлова.

Мета статті: визначити яку роль відіграють соціальні мережі в процесі політичної комунікації за сучасних умов розвитку суспільства.

Виклад основного матеріалу. У сучасному світі нові комунікаційні технології істотно розвивають індивідуальну обізнаність, будучи соціально-інтеграційною силою і відіграючи істотну роль у взаємодії людей.

XX століття багато в чому визначилося розвитком таких односторонніх систем електронних комунікацій, як радіо і телебачення. Револьюційним методом комунікації став Інтернет, який

¹ Блоги как инструмент политического общения. *Политическая аналитика*. <<http://www.politicalmind.ru/minsos-58-1.html>>.

² Новикова, С.А. (2013). Политическая идентичность сетевых акторов интернет-пространства: методологические аспекты. *PolitBook*, 2, 68.

об'єднав мільйони людей у всіх частинах світу і продовжує стрімко збільшувати кількість своїх користувачів, забезпечуючи можливість міжособистісного інтерактивного спілкування, яке переноситься до соціальних мереж.

Під соціальною мережею ми будемо розуміти інтерактивний багатокористувацький веб-сайт, контент якого наповнюється самими учасниками мережі. Сайт становить собою автоматизоване соціальне середовище, що дозволяє спілкуватися групі користувачів, об'єднаних спільним інтересом. До них належать і тематичні форуми, особливо галузеві, які активно розвиваються останнім часом. Зв'язок здійснюється за допомогою веб-сервісу внутрішньої пошти або миттєвого обміну повідомленнями¹.

В. Сазонов під соціальною мережею розуміє безліч акторів (агентів), які можуть вступати в соціальну взаємодію один з одним².

Появившись не так давно, соціальні мережі активно ввійшли в життя суспільства, в усі його сфери: у політиці (вони розглядаються як значущі транснаціональні політичні актори), в економіці (як потужний і ефективний канал комунікації між брендами і споживачами), у релігії (поширюючи діалог усередині конфесій і між ними), у культурі (роблячи майданчики культурного обміну набагато більш доступними, а у сфері дозвілля вони завоювали лідируюче становище) і в першу чергу у сфері повсякденного спілкування, пронизуючи весь соціальний простір життя суспільства, особливо у великих містах і серед молоді. Вони стають найважливішим соціальним інструментом³.

Соціальні мережі виконують одну з найважливіших для соціуму функцій – комунікативну. Прагнення до спілкування консолідує широку аудиторію на певному ресурсі. У зв'язку з великим обсягом залучених користувачів можна вважати цю середу досить потужним інструментом для того, щоб мати за мету інтереси⁴.

У даний час соціальні мережі набагато більшою мірою, ніж традиційні ЗМІ, визначають соціальний і політичний порядок денний, створюють новинні приводи, безконтрольно втручаються в повсякденне життя, роблячи його максимально транспарентним. Соціальні мережі, на відміну від невіртуальних медіа, відзначає відносна свобода слова, свобода у висловленні своєї точки зору практично з будь-якого питання. При цьому ні влада, ані суспільство не виробило дієвих механізмів контролю за таким утручанням. У результаті багато громадських інститутів стають украй вразливими⁵.

Дж. Несбіт і П. Ебурдін вважають, що сучасні інформаційно-комунікаційні технології істотним чином підтримують і розвивають демократичні процеси навіть в умовах авторитарних систем, і що в умовах, коли комп'ютер розширив могутність особистості, громадяни можуть більш ефективно стежити за діями своїх урядів, ніж уряди можуть стежити за діями громадян.

Вони прогнозують те, що в міру розвитку інформаційно-комунікаційних технологій сучасне суспільство перейде від представницької демократії до демократії співучасті, у рамках якої найважливіші рішення, що стосуються життя громадян, прийматимуться в інтерактивному режимі шляхом залучення до обговорення і прийняття рішень широких верств населення, комунікуючих між собою і з владою з різних питань⁶.

Соціальні мережі можна і необхідно ефективно використовувати в різних сферах не тільки з метою налагодження контактів та спілкування, а й з метою отримання інформації, взаємодії з ученими, політиками та чиновниками, здійснення наукової, соціальної і політичної діяльності.

¹ Ефимова, И.Н., Маковейчук, А.В. Социальные сети как новый механизм формирования имиджа субъектов политической деятельности. <<http://izvestia.asu.ru/2012/4-1/pols/TheNewsOfASU-2012-4-1-pols-05.pdf>>.

² Сазонов, В.М. Социальные сети – анализ и перспективы. *Сайт С.П. Курдюмова*. <<http://spkurdyumov.ru/biology/socialnye-seti-analiz-i-perspektivy>>.

³ Казаринова, Д.Б. (2014). Новые медиа как политические проекты и элементы мягкой силы в современном политическом процессе. *Вестник РУДН, (Политология), 1*, 129.

⁴ Ефимова, И.Н., Маковейчук, А.В. Социальные сети как новый механизм формирования имиджа субъектов политической деятельности. <<http://izvestia.asu.ru/2012/4-1/pols/TheNewsOfASU-2012-4-1-pols-05.pdf>>.

⁵ Казаринова, Д.Б. (2014). Новые медиа как политические проекты и элементы мягкой силы в современном политическом процессе. *Вестник РУДН, (Политология), 1*, 129.

⁶ Володенков, С.В. (2011). Теория коммуникации Х. А. Инниса и современные информационно-коммуникационные технологии: политологический анализ. *Социально-политические науки, 1*, 166 – 167.

Соціальні мережі можна назвати своєрідним «віртуальним дзеркалом життя», в якому знаходять відображення як злободенні проблеми, що хвилюють суспільство, так і думки та оцінки самого суспільства в контексті актуальної проблематики¹.

М. Кастельс, аналізуючи зміни в традиційному суспільстві, виділяє сучасні інформаційно-комунікаційні технології як один із найбільш значущих чинників у створенні нового суспільного укладу. Так, на його думку, посилення мережі нових засобів інформації приводить до того, що лідерство стає персоналізованим, а шлях до влади лежить через створення віртуального іміджу. Таким чином, сучасні інформаційні технології приводять до активного розвитку нових форм політичної комунікації, у тому числі в онлайн-просторі².

Розвиток політичної інтернет-комунікації можна умовно розділити на два етапи.

Перший етап – інформаційний. Сутність його полягає в проникненні і зберіганні в мережі політичної інформації. У першу чергу це новинні стрічки, електронні засоби масової комунікації, сайти політичних партій і громадських організацій, окремих політичних лідерів, а також безпосередньо електронні видання аналітичних і дослідницьких організацій.

Другий етап пов'язаний з медіатизацією політики, спробою використання Інтернету як інструменту політичних і піар-технологій.

Широкий набір форм і методів політичної комунікації в мережі спрямовані на більш динамічний вплив на свідомість і поведінку аудиторії в мережі Інтернет у порівнянні з іншими засобами масової інформації.

Вагомим аргументом на користь цього твердження може служити те, що традиційні засоби масової інформації працюють переважно в режимі інформаційного монологу (односторонньої комунікації), за допомогою якого відповідні структури впливають на адресата і підтримують контроль над підвладними суб'єктами.

Комп'ютерні технології, навпаки, відкрили можливість багатосторонньої комунікації. Кожен, хто має доступ до мережі, може виступати як одержувачем, так і відправником інформації, що дозволяє здійснювати ефективну віртуальну взаємодію комунікантів як один з одним, так і з політичними структурами. Це робить процес комунікації більш активним і взаємозумовленим: і адресант і адресат виступають як активні його учасники і можуть впливати на його розвиток. Така взаємодія певною мірою здатна привести або хоча б створити враження можливості подолання ієрархізму владних структур і цим зняти деяку залежність громадян від інституціональних посередників, партійних і державних організацій, і навіть дозволити впливати на них. Це може виявитися в можливості контролю над ходом голосування на виборах, в участі у роботі форумів, у відповідях на запитання анкет, розміщених на сайтах, в обміні електронною кореспонденцією з представниками політичних сил³.

Серед дослідників існують полярні думки з питання існування особливої політичної ідентичності та цінності мережі як механізму її виведення в реальні політичні практики. Так, прихильники концепції деліберативної і прямої демократії покладають на Інтернет велику надію як на механізм скорочення дистанції між владою і суспільством, як середовище вільного поширення інформації та прямого спілкування людей.

Р. Патнем, навпаки, вважає, що поширення Інтернету веде не до становлення мережевої ідентичності, а до соціальної ізоляції та зниження цінності соціального капіталу⁴.

Можна констатувати, що на сьогоднішній день доступні для комунікації нові технології істотно змінили і будуть змінювати в технологічно розвинених демократіях і способи впливу на громадську думку в рамках сучасних політичних кампаній, дедалі активніше проникаючи в основні сфери життя суспільства, трансформуючи способи комунікації як усередині його, так і між суспільством і владою, змінюючи моделі поведінки як комунікаторів, так і цільових аудиторій комунікації, що неминуче приведе і вже приводить до істотної зміни способів і моделей ведення

¹ Павленко, В.В. Роль современных социальных сетей в социальных и политических технологиях. <<http://hsjournal.org/wp-content/uploads/2012/11/pavlenko.pdf>>.

² Володенков, С.В. (2011). Теория коммуникации Х. А. Инниса и современные информационно-коммуникационные технологии: политологический анализ. *Социально-политические науки*, 1, 166.

³ Морозова, О.Н. (2011). Политическая Интернет-коммуникация: ее роль, функции и формы. *Политическая лингвистика*, 1(35), 157.

⁴ Новикова, С.А. (2013). Политическая идентичность сетевых акторов интернет-пространства: методологические аспекты. *PolitBook*, 2, 69.

сучасних політичних кампаній¹.

Політика неминує приходити туди, де є будь-яка масова аудиторія. У сучасних реаліях неможливо перемогти в боротьбі за владу, не маючи доступу до традиційних (електронних і друкованих) ЗМІ. Однак досвід виборчих кампаній показує, що є новий спосіб впливати на електорат через мережу Інтернет. Цей спосіб має низку переваг, головними серед яких є легкість і практична миттєвість опублікування будь-якої інформації, відсутність просторово-часових меж взаємодії, можливість формувати навколо теми або проблеми групу однодумців і швидкий зв'язок для моніторингу ситуації. Питома вага віртуальної інформаційної складової в політиці сьогодні має стійку тенденцію до зростання².

Е. Коррадо і Ч. Фейрстоун відзначають, що Інтернет відновлює можливість індивідуального впливу на уряд та його політику. Він може забезпечити спілкування громадян з урядом безпосередньо, а також зменшити залежність простих громадян від виборних посадових осіб, політичних партій та угруповань, які відстоюють свої економічні інтереси. Інтернет, за допомогою надання більших можливостей щодо обміну інформацією, з одного боку, посилить вплив простих громадян на політику, а з іншого – послабить вплив тих, кому нині належать засоби масової інформації. Тобто чим більше можливості для громадян безпосередньо спілкуватися з політичним лідером, тим, ймовірно, більш залученими в політику вони будуть, і чим більше вони будуть залучені, тим сильніше буде їх привабливість як особистостей³.

Інтернет – це віддзеркалення реального світу. У ньому діють ті самі закони, що і в реальному соціумі. Не дивно, що в усьому світі лідери громадської думки дедалі інтенсивніше присутні в соціальних мережах.

Присутність політичних акторів у соціальних мережах та блогосфері Інтернету – це унікальна можливість поєднувати просування політика і партії та основну рису іміджу будь-якого політичного суб'єкта – всюдоступність. Політик повинен бути унікальний, але в той самий час схожий на свого виборця.

У соціальних мережах ця сторона розкривається повністю. Коли користувач бачить, що політик заповнив анкету і виклав фотографії, регулярно оновлює свою сторінку, оперативно і по суті відповідає на поставлені йому запитання, довіра до нього підвищується. Комунікаційні інтернет-сервіси в цьому сенсі – це найбільш сприятливе середовище для політичної активності різних рівнів. Недарма представники влади або ті, хто прагне посісти своє місце на політичному олімпі, а також просто підвищити свою популярність і вплив в інформаційному просторі, йдуть в соціальні мережі і блогосферу⁴.

Яскравим прикладом може послужити виборча кампанія Президента США Барака Обами. Використання в той час соціальних мереж як нового каналу політичної комунікації дозволило Обамі отримати підтримку не тільки з боку демократів, а й людей, які до старту президентської кампанії декларували свої погляди політично індиферентними.

Якщо порівнювати рівень проникнення Інтернету у США в 2004 і в 2008 рр., то він кардинально не змінився. Але президентські виборчі кампанії, що проводилися в ці роки, кардинально різняться мірою залучення можливостей мережі Інтернет. Головна причина – слабкий розвиток у той час соціальних мереж, які стали головною рушійною силою у виборчій кампанії президента 2008 р.⁵

Останнім часом слідом за світовими лідерами дедалі більша кількість українських політиків і чиновників, розуміючи, що соціальні мережі є потужним важелем, здатним вплинути на політичні процеси в суспільстві, почали активно створювати акаунти в соціальних мережах. Все це робиться з

¹ Володенков, С. Новые коммуникационные технологии в современном политическом управлении: угрозы и вызовы. *Slideshare*. <<http://www.slideshare.net/svvgold/ss-7394445>>.

² Артюхина, Е.В. (2008). Интернет как средство политической коммуникации. *Вести. Волгогр. гос. ун-та, (Философия), Сер. 7, 2 (8), 122*.

³ Вершинин, М.С. (2004). Политическая коммуникация в информационном обществе. *Актуальные проблемы теории коммуникации*, 99.

⁴ Ефимова, И.Н., Маковейчук, А.В. Социальные сети как новый механизм формирования имиджа субъектов политической деятельности. <<http://izvestia.asu.ru/2012/4-1/pols/TheNewsOfASU-2012-4-1-pols-05.pdf>>.

⁵ Хромец, О. Социально-сетевая избирательная кампания. *Оптимизация и продвижение систем*. <<http://rotovsky.com/pr-community/socialnye-seti>>.

певною метою, щоб продемонструвати свою включеність у процес віртуальної соціалізації, а також з метою самопіару як політичного діяча, що і є однією з проблем ефективного використання соціальних мереж¹.

2014 р. інформаційний ресурс «Новий час» провів дослідження, визначивши найпопулярніших співвітчизників у соціальних мережах Facebook і Twitter. Був збудований рейтинг за загальною кількістю передплатників. Серед політиків рейтинг очолив Віктор Медведчук, посівши 5 місце в рейтингу із 717 тис. передплатників, на 7 місці розташувався Арсеній Яценюк (569 тис.), на 9 місці – Петро Порошенко (510 тис.), Юлія Тимошенко посіла 14 місце (364 тис. передплатників), Сергій Тігіпко посів у рейтингу 44 позицію (84 тис. передплатників) і т.д.

Ми бачимо, що українські політики мають достатньо велику аудиторію у своїх акаунтах і активно використовують соціальні мережі у спілкуванні зі своїм електоратом.

Але таку політизованість українських соціальних мереж експерти називають типовою для країн з нестійкою демократією.

В умовах низької довіри до держави суспільство шукає можливість отримувати оперативну інформацію від самих учасників політичних та суспільних процесів².

Лідери сучасних соціальних мереж – це гігантські системи, які розвиваються і куди залучена велика кількість людей. Навіть якщо політик не прагне створити свою офіційну сторінку або групу в найбільш популярній соціальній мережі, то він просто зобов'язаний бути в курсі того, що в ній відбувається, вимірювати суспільні настрої, стежити за тим, що пишуть і говорять про нього самого. Бо вже давно традиційні ЗМІ черпають новини з блогосфери і соціальних мереж³.

У сучасних умовах віртуальна політика прийшла до принципово нового етапу. Йдеться про створення віртуальних політичних структур. Вони будуть відрізнятися від будь-яких раніше існуючих об'єднань, організацій, рухів. Інтернет давно поставив на порядок денний питання про об'єднання людей по самих різних ознаках: за політичними переконаннями, інтересами, спільними проблемами⁴.

На сьогоднішній день в усьому світі існує і якісно новий формат проведення виборів – інтернет-вибори. Один із способів електронного голосування, що становить собою проведення частини або повністю голосування на виборах і референдумі з використанням мережі Інтернет. У світі відбуваються суперечки про можливість практичного проведення інтернет-виборів і їх безпеки для тасмності волевиявлення громадян і достовірності отриманих у результаті таких виборів результатів. Низка країн, такі як Велика Британія, Сполучені Штати Америки, Естонія, вже застосовували технологію інтернет-голосування на виборах різних рівнів (від місцевих до парламентських)⁵.

Багато політиків звернули увагу і на переваги політичної реклами в Інтернеті. Якщо картинка телевізійного ролика «живе» кілька секунд, газетна публікація – кілька днів, то тексти і відеофайли в мережі можуть існувати місяці й навіть роки, тим паче що в умовах посилення фінансового контролю за передвиборчою рекламою і подорожчання рекламних послуг традиційних ЗМІ Інтернет надає вельми помітні переваги.

Інтернет дає можливість для створення віртуальних партій, заснованих на невідомих для сучасної політичної системи принципах членства, які потенційно будуть здатні оперативно реагувати на зміни позицій своїх членів по найважливіших питаннях і таким чином найбільш близько підходити до ідеалу адекватної репрезентації інтересів тих чи інших соціальних груп у

¹ Павленко, В.В. Роль современных социальных сетей в социальных и политических технологиях. <<http://hsjournal.org/wp-content/uploads/2012/11/pavlenko.pdf>>.

² Топ-50 украинских блогеров в Facebook и Twitter. Рейтинг НВ. *Новое время*. <<http://nvua.net/publications/virtualnye-geroi-politiki-i-zhurnalisty-tesnyat-pop-znamenitostey-v-facebook-i-twitter-infografika-nv-22945.html>>.

³ Ефимова, И.Н., Маковейчук, А.В. Социальные сети как новый механизм формирования имиджа субъектов политической деятельности. <<http://izvestia.asu.ru/2012/4-1/pols/TheNewsOfASU-2012-4-1-pols-05.pdf>>.

⁴ Артюхина, Е.В. (2008). Интернет как средство политической коммуникации. *Вести. Волгогр. гос. ун-та, (Философия)*, Сер. 7, 2 (8), 122–123.

⁵ Павленко, В.В. Роль современных социальных сетей в социальных и политических технологиях. <<http://hsjournal.org/wp-content/uploads/2012/11/pavlenko.pdf>>.

політичному процесі¹.

Висновки: Інтернет як засіб політичної комунікації ще не до кінця освоєний, але має великий потенціал. Політичні комунікації в мережі потрібно вдосконалити і розвивати, щоб політичні ресурси могли відповідати вимогам і настроям цільової аудиторії, пропонуючи нові комунікаційні рішення і способи зворотного зв'язку. Дедалі більше число тих, хто переконаний у комунікативній перевазі Інтернету в порівнянні з традиційними засобами масової комунікації.

Беручи до уваги той факт, що число інтернет-користувачів постійно збільшується, а інформація, надана в мережі, формує і надовго закріплює у свідомості користувача стійкі уявлення про того чи іншого політичного діяча, партії чи організації, то політичному лідерові слід бути активним суб'єктом у світі соціальних мереж. Адже не виявляючи активності, можна втратити один із важливих каналів комунікації і значну частину своїх прихильників. Подальші дослідження в цьому проблемному полі доцільно проводити в напрямі ефективності використання соціальних мереж для досягнення політичних цілей та застосування інтернет-технологій як інструменту маніпуляційних технологій.

References

1. Artyukhina, E.V. (2008). Internet kak sredstvo politicheskoy kommunikatsii. *Vesti. Volgogr. gos. un-ta, (Filosofiya), Ser. 7, 2 (8)*, 121 – 124.
2. Blogi kak instrument politicheskogo obshcheniya. *Politicheskaya analitika*. <<http://www.politicalmind.ru/minsos-58-1.html>>.
3. Vershinin, M.S. (2004). Politicheskaya kommunikatsiya v informatsionnom obshchestve. *Aktual'nye problemy teorii kommunikatsii*, 98–107.
4. Volodenkov, S. (2011). Novye kommunikatsionnye tekhnologii v sovremennom politicheskom upravlenii: ugrozy i vyzovy. *Slideshare*. <<http://www.slideshare.net/svvgold/ss-7394445>> (2015, lyuty, 5).
5. Volodenkov, S.V. (2011). Teoriya kommunikatsii Kh. A. Innisa i sovremennye informatsionno-kommunikatsionnye tekhnologii: politologicheskii analiz. *Sotsial'no-politicheskie nauki, 1*, 166–169.
6. Efimova, I.N., Makoveychuk, A.V. Sotsial'nye seti kak novyy mekhanizm formirovaniya imidzha sub"ektiv politicheskoy deyatel'nosti. <<http://izvestia.asu.ru/2012/4-1/pols/TheNewsOfASU-2012-4-1-pols-05.pdf>>.
7. Kazarinova, D.B. (2014). Novye media kak politicheskie proekty i elementy myagkoy sily v sovremennom politicheskom protsesse. *Vestnik RUDN, (Politologiya), 1*, 128–131.
8. Morozova, O.N. (2011). Politicheskaya Internet-kommunikatsiya: ee rol', funktsii i formy. *Politicheskaya lingvistika, 1(35)*, 156–161.
9. Novikova, S.A. (2013). Politicheskaya identichnost' setevykh aktorov internet-prostranstva: metodologicheskie aspekty. *PolitBook, 2*, 68–75.
10. Pavlenko, V.V. Rol' sovremennykh sotsial'nykh setey v sotsial'nykh i politicheskikh tekhnologiyakh. <<http://hsjournal.org/wp-content/uploads/2012/11/pavlenko.pdf>>.
11. Sazanov, V.M. (2011). Sotsial'nye seti – analiz i perspektivy. <<http://spkurdyumov.ru/biology/socialnye-seti-analiz-i-perspektivy>> (2015, sichen', 25).
12. Top-50 ukrainskikh blogerov v Facebook i Twitter. Reyting NV (2014). *Novoe vremya*. <<http://nvua.net/publications/virtualnye-geroi-politiki-i-zhurnalisty-tesnyat-pop-znamenitostey-v-facebook-i-twitter-infografika-nv-22945.html>>.
13. Khromets, O. (2011). Sotsial'no-setevaya izbiratel'naya kampaniya. *Optimizatsiya i prodvizhenie sistem*. <<http://rotovsky.com/pr-community/socialnye-seti>> (2015, sichen', 25).

¹ Артюхина, Е.В. (2008). Интернет как средство политической коммуникации. *Вести. Волгогр. гос. ун-та, (Философия), Сер. 7, 2 (8)*, 122.