



О. В. Романенко,
аспірантка Інституту світової економіки та
міжнародних відносин НАН України

ТЕНДЕНЦІЇ ВИКОРИСТАННЯ МІКРОБЛОГІВ У ПОЛІТИЧНІЙ БОРОТЬБІ В РЕСПУБЛІЦІ ПОЛЬЩА

У статті проаналізовано мікроблоги кандидатів на пост Президента Республіки Польща та визначено останні тенденції у веденні Інтернет-комунікації за допомогою сервісів коротких повідомлень.

Ключові слова: Інтернет, мікроблоги, політична комунікація, Республіка Польща.

Е. В. Романенко

ТЕНДЕНЦИИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МИКРОБЛОГОВ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ БОРЬБЕ В РЕСПУБЛИКЕ ПОЛЬША

В статье проанализированы микроблоги кандидатов на пост Президента Республики Польша и определены последние тенденции в осуществлении Интернет-коммуникации при помощи сервисов коротких сообщений.

Ключевые слова: Интернет, микроблоги, политическая коммуникация, Республика Польша.

O. V. Romanenko

TRENDS OF MICROBLOGGING USE IN THE POLITICAL STRUGGLE IN POLAND REPUBLIC

This paper analyzes the microblogs of candidates for President of the Republic of Poland and set the latest trends in the implementation of online communication by the short messages` service.

Key words: Internet, microblogs, political communication, Poland.

Постановка проблеми. Однією з новітніх технологій, яку можна застосовувати у передвиборчий період, є мікроблог. Сьогодні політики, які вдало використовують можливості глобальної блогосфери, здатні значно розширити персоналізацію контактів. За словами О. Зернецької, «підтвердженням глобальності феномену є зростаюча кількість блогів, виокремлення серед них блогів-лідерів, до яких звертаються, які читають, цитують, на які надсилають численні коментарі. Це дає підстави зробити висновки про вплив глобальної блогосфери на громадську свідомість і про право розглядати її як одне з онлайн-ових інформаційно-комунікаційних джерел, потенціал якого ще не вичерпаний та не вивчений» [1, с. 269].

Переважна більшість наявних наукових досліджень зосереджена на аналізі політичної блогосфери, і насамперед звичайних блогів, що дозволяють розмішувати великі за обсягом тексти. Аналізу мікроблогів, текст у яких обмежений невеликою кількістю знаків, у вітчизняній науковій думці було приділено недостатньо уваги. У статті аналізуються мікроблоги польських політиків, визначаються особливості здійснення політичної комунікації за допомогою сервісів написання коротких повідомлень у мережі Інтернет.

Метою статті є аналіз мікроблогів кандидатів на посаду Президента Польської Республіки. Досягнення мети передбачає розв'язання таких завдань: визначити, якими саме мікроблогами користуються польські політики, дослідити контент цих мікроблогів, виявити чи інформація в них дублюється, чи це унікальні ресурси, визначити, хто із претендентів на посаду Президента Республіки Польща був найактивнішим при веденні мікроблогів та наскільки вони є ефективними в політичній боротьбі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Найбільш успішний досвід передвиборчої активності в мережі був продемонстрований у США: президент Барак Обама у 2008 р. здобув перемогу завдяки участі в соціальних мережах, використанню власного он-лайн щоденника та залученню мобільних технологій. Цей факт докладно описала О. Зернецька [2], яка аналізує глобальну політичну блогосферу як арену політичної комунікації [1; 3]. Зокрема українська вчена зазначає, що «штаб Б. Обами не просто

використовував Інтернет як платформу для політичної боротьби, а зробив ставку на нову віртуальну громадську арену XXI ст. – блогосферу: на широку соціальну мережу в Інтернеті, яка об'єднує різні групи американців за уподобаннями, професіями, соціальним становищем, етнічним статусом, віком, станом здоров'я тощо. І це стало безпильковою стратегією Обами» [1, с. 272].

Окреслені питання також аналізували й вивчали І. Артомонова, М. Вознюк, А. Дубас, Л. Іващук, М. Медведчук, Н. Пашина, Н. Піпченко, Л. Присяжна, О. Рябоконт, О. Щербак, М. Яцимирська та ін. Українські вчені переважно згадують мікроблоги у зв'язку з можливістю ведення активних громадських дій або в рамках дослідження соціальних мереж, перспектив впливу нових засобів масової комунікації на зовнішню політику [4; 5]. Блогосферу досліджувало багато польських учених, наприклад: К. Якубович (K. Jakubowicz), Т. Гобан-Клас (T. Goban-Klas), М. Зайонц (M. Zajac), М. Бокінець (M. Bokiniec), В. Дудка (W. Dudka), М. Мрозовський (M. Mrozowski).

Якуб Новак (Jakub Nowak), піднімаючи питання про використання блогу з політичною метою, пише, що блог – це ідеальний засіб для політика спілкуватися з виборцями безпосередньо. Водночас науковець відзначає: «Практика показує, що блог, як джерело діяльності політика, не завжди досягає поставлених цілей» [6, с. 170]. Це відбувається з декількох причин: політики не вміють вести блог, тобто описувати особисті думки, і не мають на це часу. У цій ситуації саме мікроблог є корисним – написати текст, що містить 140 знаків, набагато легше, ніж цілу сторінку.

Політики пишуть блоги та мікроблоги для того, щоб представити громадськості власні політичні погляди і надати читачам докази особистої причетності до певних політичних процесів. Але події автор завжди описує з власної точки зору. Іншими словами, політик через записи у своєму блозі намагається вплинути на сприйняття читачами події, яку він описує, а інколи хоче показати себе з невідомої виборцям сторони, висловлюючись нестандартно, використовуючи мовні структури, характерні іншим групам суспільства (наприклад, молоді, IT-спеціалістам). Такий елемент неочікуваності сприяє тому, що читачі

відчувають симпатію до політика, розуміючи, що він – жива людина, близька електорату [7, с. 181]. Щоб зацікавити широке коло читачів, щоденник має бути цікавим за змістом або вестися неординарним політиком, тобто необхідно налагодити «діалог, який веде з читачем політичний актор» [7, с. 189].

Основні результати дослідження. Практика використання польськими політиками Інтернет-сервісів коротких повідомлень – мікроблогів – є досить цікавою і корисною для дослідження. Механізм роботи цих Інтернет-сайтів подібний до ведення блогів – політик може писати текст, але не більше 140 знаків, додавати відео чи фото. Залежно від сервісу, ці мультимедійні файли виводяться на екран або кодуються, і читач отримує гіперпосилання на файл. Зручним є те, що мікроблоги легко синхронізувати з мобільними пристроями (телефони, планшетні комп'ютери, КПК) та програмами-комунікаторами (*ICQ, Gadu-Gadu*). Це дає змогу політику одразу надіслати фото чи коментар про цікаву подію, зустрічі з виборцями, цим самим підтверджуючи, що справді бере участь у певному заході, й одночасно виражаючи своє ставлення до нього. Мікроблоги дозволяють створювати групи, яким надсилається повідомлення, читати записи інших дописувачів, «підписуватися» на стрічку новин від партій, організацій чи політика (ті, хто підписується на такі сторінки, називаються «послідовниками» (*followers*)), дізнатися, кого читає політик (*following*).

Як видно з табл., польські політики користувалися не

лише міжнародною платформою для створення мікроблогів (*Twitter*), а й польськими аналогами, такими як *Blip, Yam, Flaker*. Для ведення мікроблогів дехто з політиків використовував 3–4 сервіси.

Марек Юрек має два мікроблоги: на польському сервісі *Blip.pl* та на міжнародній платформі *Twitter.com*. Польський мікроблог був створений у березні 2010 р., автор писав туди короткі повідомлення під час президентської кампанії, потім на деякий час була перерва, а 22 липня 2011 р. знову додано новий пост. Загальне число записів становить 94 повідомлення (з них одне відео). Теми, про які пише автор: політична комунікація з читачами, відповіді на поставлені іншими користувачами запитання та інформація про передвиборчі події (поїздки, дебати, зустрічі з представниками уряду).

У свій мікроблог на платформі *Twitter.com* М. Юрек написав 1 609 повідомлень. Політик читає та слідує за новинами 468 осіб, а на його новини підписалися 2 855 осіб. М. Юрек іноді розміщує дуже короткі побажання (наприклад, вітає зі святами, бажає гарних вихідних), часом відповідає опонентам. Найчастіше пише про політичні події, до яких має безпосередній стосунок, та обговорює законодавчі акти. Політик також надає посилання на свої публікації у пресі та Інтернет-виданнях, на запис власних виступів на телебаченні.

Ярослав Качинський має мікроблог на платформі *Twitter.com*, де за два роки зроблено 15 записів. Автор читає новини лише власної партії, а Я. Качинського читають 94 особи. Тематика записів дуже різна, іноді настільки особиста, що не зрозуміла читачам. Також наявні звинувачення політичних опонентів або тлумачення власних виступів у ЗМК. Жоден пост не має посилань на інші ресурси, а сам мікроблог не є активною платформою для здійснення політиком Інтернет-комунікації з виборцями. Цим і пояснюється така низька кількість читачів його мікроблогу.

Броніслав Коморовський так само, як і М. Юрек, має два мікроблоги: на польському сервісі *Blip.pl* та міжнародній платформі *Twitter.com*. Дизайн сторінок на цих сервісах повністю ідентичний, створені вони були також майже одночасно. Спочатку, інформація у цих сервісах дублювалася, але з часом функції вищезазначених мікроблогів розділилися: мікроблог на польському сервісі використовувався для розміщення фото та відеовиступів, а на міжнародному – для спілкування із виборцями, відповідей на їх запитання. Але анонси подій або звіти про виступи та теледебати дублювалися в обох мікроблогах.

Мікроблог на *Blip.pl* не оновлювався у 2011 р., загалом було зроблено 58 записів, із них 18 – відеофайлів та одна фотокартка. На платформі *Twitter.com* Б. Коморовський мав 5 149 прихильників, сам читав 46 стрічок новин: політиків власної партії, представників Європейського Парла-

Кількісний аналіз мікроблогів претендентів на посаду Президента Республіки Польща

Таблиця

Політик	Мікроблог	Дата створення/останній запис	Політики читають/політиків читають	Наявність відео/фото	Кількість записів
Марек Юрек	http://marekjurekblip.blip.pl	30.03.2010/ 22.07.2011	3/ немає даних	+	94
	http://twitter.com/marekjurek	19.05.2010/ 30.10.2011	468/2 855	-	1 609
Ярослав Качинський	http://twitter.com/kaczynski_pis	14.11.2010/ 05.02.2011	1/94	-	15
Броніслав Коморовський	http://komorowski.blip.pl/	04.05.2010/ 05.07.2010	0/ немає даних	+	58
	http://twitter.com/komorowski	30.04.2010/ 07.09.2011	46/5 149	-	66
Гжегош Наперальський	http://yam.pl/napieralski	25.04.2010/ 01.08.2011	0/37	-	125
	http://napieralski.blip.pl	08.07.2009/ 29.11.2011	18/ немає даних	+	611
	http://flaker.pl/napieralski	23.04.2010/ 01.09.2011	3/101	+	128
	http://twitter.com/gnapieralski	07.04.2010/ 25.11.2011	18/4 077	-	415
Андрей Олеховський	http://yam.pl/andrzej-olechowski	08.03.2010/ 20.06.2010	0/52	-	210
	http://olechowski.blip.pl	-	-	-	-
	http://twitter.com/a_olechowski	-	-	-	-
	http://flaker.pi/andrzejolechowski	-	-	-	-
Вальдемар Павляк	http://waldemarpawlak.blip.pl	29.04.2010/ 29.10.2011	6/ немає даних	+	219
	http://twitter.com/pawlakwaldemar	14.05.2010/ 29.10.2011	1/ - PSL власна партія 2395	-	186
Богуслав Зентек	http://boguslawzietek.blip.pl	27.04.2010/ 09.07.2010	17/ немає даних	-	21

Джерело: Таблицю складено автором на основі дослідження платформ для ведення мікроблогів *Blip.pl, Yam.pl, Flaker.pl* та *Twitter.com*

менту, прибічників його політичного курсу та молодіжних політичних організацій. Саме цей мікроблог сьогодні є офіційним джерелом отримання інформації про Президента Польської Республіки.

Гжегош Наперальський має чотири мікроблоги: на платформах *Twitter.com*, *Blip.pl*, *Yam.pl* та *Flaker.pl*. Останній сервіс дозволяє додавати коментарі до записів автора. Найпершим було створено мікроблог на сервісі *Blip.pl* (ще у 2009 р.), потім – на сервісі *Flaker.pl* (на початку квітня 2010 р.), пізніше, майже одночасно Г. Наперальський створив мікроблоги на платформах *Flaker.pl* та *Yam.pl*.

В усіх мікроблогах автор пише про зустрічі: спочатку анонсує їх, а потім розміщує кілька звітів про події та враження від них. Окрім того, власний блог автор використовує для спілкування із прибічниками, надає відповіді на запитання інших політиків (наприклад, дискутує з Лехом Валенсою).

Для всіх ресурсів характерне, що спочатку їх ведення на них немає фотографій та відеофайлів (на тих сервісах, де їх можна розмістити). На всіх мікроблогах є посилання на зовнішні ресурси (*YouTube*, сайти власної партії тощо). Автор додає малюнки (переважно агітаційні плакати партії) та фотокартки – з відпочинку або робочих поїздок (море, повні зали слухачів на зустрічах, офіційні фотосесії із штабами партії в різних регіонах країни).

Г. Наперальський використовує фото та відео. На сервісі *Blip.pl* перше фото було розміщено 28 квітня 2010 р., на 10-й місяць користування сервісом. Але пізніше, із 611 записів 28 супроводжували відеофайли, а 212 – фото. На *Flaker.pl* деякі фото дублюються; загалом розміщено 8 фото та 8 відеофайлів.

Анджей Олеховський на момент проведення дослідження закрав усі сервіси ведення мікроблогів (чотири платформи: *Twitter.com*, *Blip.pl*, *Yam.pl*, *Flaker.pl*). У відкритому доступі залишився лише архів на сервісі *Yam.pl*. Цей мікроблог було створено 8 березня 2010 р. та закрито у червні 2010 р., там було зроблено лише 210 записів. Першим із них політик привітав усіх жінок із 8 березня, інші записи були присвячені обговоренню передвиборчої кампанії, особистим роздумам автора про політиків. Часом А. Олеховський дає посилання на сайт, де розміщено його інтерв'ю або промови, теледебати тощо.

Вальдемар Павляк веде мікроблог на платформах *Twitter.com* та *Blip.pl*. Обидва мікроблоги були створені весною 2010 р. і підтримуються дотепер, пости іноді однакові, але в більшості випадків відрізняються. На польському сервісі політик активно додає відеоматеріали (135 відеопостів із 219): викладає рекламні ролики, агітаційні відео. У текстах до цих записів В. Павляк дякує своїм прихильникам за підтримку та коментує відео або посилання, що вставляє в текст.

На *Twitter.com* на момент проведення дослідження В. Павляк написав 186 постів, дав багато посилань на відео, обговорення актуальних тем зовнішньої політики Польської Республіки. Зокрема автор розповідає про цілі польської дипломатії, співробітництво з Європейським Союзом, політику Польської Республіки у 2011 р. Запис від 3 червня 2010 р. присвячено мережі Інтернет. В. Павляк пише: «Безкоштовний бездротовий доступ до мережі Інтернет є складним завданням, що може бути досягнуто протягом найближчих п'яти років». В. Павляк читає записи власної партії (*PSL*), його читають 2 395 прихильників.

Богуслав Зентек також створив мікроблог для виборчої кампанії, писав пости про політику, виділення коштів із власного виборчого фонду на подолання наслідків повені, виступи на телебаченні тощо. Політик припинив ведення мікроблогу в липні 2010 р.

На основі проведеного дослідження можна зробити такі **висновки**: мікроблоги є популярним сервісом для здійснення політичної Інтернет-комунікації в Польській Республіці. Найактивнішим у веденні мікроблогів є польський політик Г. Наперальський, що веде мікроблог одразу на чотирьох платформах, пише про поїздки, власні враження та відпочинок, активно при цьому використовуючи фото і відеоматеріали. Б. Коморовський, М. Юрек та В. Павляк створили по два мікроблоги, у яких розповідають про власну політичну активність. М. Юрек має найбільшу кількість постів порівняно з іншими кандидатами, оскільки він пише короткі побажання, відповідає опонентам та читачам на їхні запитання. По одному мікроблогу є у Я. Качинського і Б. Зентека, але ці ресурси оновлювалися неперіодично, на них не розгорнуто активного діалогу з виборцями. Варто відзначити, що політик А. Олеховський, подібно до Г. Наперальського, мав чотири мікроблоги, але після завершення виборів ці ресурси були перенесені в архів. Польські політики, окрім міжнародної платформи *Tweeter*, використовували національні платформи для ведення мікроблогів, особливо сервіс *Blip.pl*.

Подальші наукові дослідження можна проводити, порівнюючи отримані результати аналізу, наведені у статті, із подібними, проведеними на основі вивчення Інтернет-активності політичних діячів в Україні.

Література

1. Глобальна корпоративна система : монографія / [О. Г. Білорус, О. В. Зернецька, В. А. Вергун та ін.] ; кер. авт. колективу і наук. ред. Білорус О. Г. – К. : КНЕУ, 2011. – 408 с.
2. Зернецька О. В. Переможна зброя нового господаря Білого Дому / Ольга Зернецька // Зовнішні Справи. – 2008. – № 12. – С. 24–26.
3. Зернецька О. В. Глобальна політична блогосфера – нова арена політичної комунікації / Ольга Зернецька // Політичний Менеджмент. – 2009. – № 2 (35). – С. 13–26.
4. Іващук Л. Соціальні мережі Інтернету в сучасній політичній комунікації / Леся Іващук // Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. – 2011. – Вип. 32. – С. 63–70.
5. Піпченко Н. «Соціальні політичні платформи» у зовнішній політиці США / Наталія Піпченко // Дослідження світової політики. – 2011. – Вип. 4 (57). – С. 68–75.
6. Nowak J. Zrob to sam – web 2.0 jako sfera politycznej / Jakub Nowak // Nowe Media i Polityka. Internet, demokracja, kampanie wyborcze / Redakcja Marka Jezinskiego. – Torun : Wydawnictwo Adam Marszalek, 2009. – S. 165–176.
7. Jezinski M. Funkcja blogow politycznych / Marek Jezinski // Nowe Media i Polityka. Internet, demokracja, kampanie wyborcze / Redakcja Marka Jezinskiego. – Torun : Wydawnictwo Adam Marszalek, 2009. – S. 177–190.
8. Gajowniczek T. Polskie blogi jako forma dyskursu politycznego – proba analizy zjawiska / Tomasz Gajowniczek // Nowe Media i Polityka. Internet, demokracja, kampanie wyborcze / Redakcja Marka Jezinskiego. – Torun : Wydawnictwo Adam Marszalek, 2009. – S. 191–198.
9. Zajac J. M., Rakocy K. Blogi i blogosfera z perspektywy sieci spolecznych blogs and blogosphere from the perspective of social networks / Jan M. Zajac, Kamil Rakocy // Studia Medioznawcze. – 2007. – № 3 (30). – S. 78–99.
10. Зернецька О. В. Новий виток конкурентної боротьби в Інтернеті: cloud computing / Ольга Зернецька // Економічний часопис-XXI. – 2011. – № 9–10. – С. 61–64.

Стаття надійшла до редакції 26 квітня 2012 року