УДК 327; 339.9
https://doi.org/10.30546/3006-0346.2024.6.84.028

БЛОГОСФЕРА, КАК ИНСТРУМЕНТ МЕЖДУНАРОДНОЙ И ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

ЛЯМАН СУЛЕЙМАН-ЗАДЕ
Бакинский Государственный Университет, докторант
E-mail: lyama13@gmail.com

Интернет, как пространство международных дебатов, политических, социальных и экономических дискуссий, создает сегодня многочисленные возможности для расширения коммуникативной арены, облегчающие форматы глобального диалога посредством характерной интерактивной организации. Электронные письма, чаты, новостные и дискуссионные форумы, блоги, IP-телефония служат активной межличностной коммуникацией, привлекая внимание пользователей к темам, носившим ранее кулуарный характер. Цифровая революция, положившая начало повсеместному внедрению инновационных технологий, способствовала трансформации медиапродукции и медиасреды, привела к появлению сетевых инструментов, оказавших существенное влияние на современную информационную среду, характеризующейся новыми формами и значимой модификацией процесса коммуникации, структуры коммуникативного опыта субъектов, изменившимися форматами коллективных взаимодействий. Данные процессы обусловили, с одной стороны, индивидуализацию контента СМИ и растущую дифференциацию адресата, с другой стороны, конвергенцию СМИ и развитие диффузных жанров, активизацию аудитории и депрофессионализацию журналистики [12]. Пользователи Интернета становятся все более избирательными в выборе информации, активно и критично пользуются медийным контентом, в том числе социальными сетями и блогами.

Предметом исследования выступают коммуникативные характеристики политических блогов, проявления медиатизации международных отношений, политики и личности. Цель статьи – анализ возможностей блогосферы как инструмента международной и общественно-политической коммуникации и выявление эффектов межкультурной коммуникации, формирующих нарративы в политической блогосфере. Материалом для исследования процессов коммуникационных возможностей в Интернете послужили азербайджано-, русско- и англоязычный сегменты сетевых дневников и блогов.

Методология исследования базируется на понимании инновационной коммуникативной системы, с ее пространственно-временными, коллективно-личностными и предметными измерениями, использующей достижения социологии, политологии и медиапсихологии; на понимании взаимосвязи технологической социокультурной, политической и медийной сфер, а также дискурсивного конструирования реальности и субъектов коммуникации и их отражении в современных интернет-практиках информационного обмена. В этой связи в англоязычной литературе следует выделить статьи Г.Иннис, М.Маклюэна, Э.Ноэль-Нойман, Д.Маккуэйла, Д.Блумлера, Д.Морли, Ш.Брандсон, Х. Файнмана, Ф.Закария и др. Среди российских экспертов вопросы исследования сферы медиапотребления отражены в работах Е.В.Лазуткиной, И.М.Шатина, Ю.И.Нестеренок, Б.М.Фирсова, В.С.Коробейникова, А.В.Шарикова, И.А.Полуэктовой, В.П.Коломиеца, К.Л.Зуйкиной, Т.Э.Гринберг.

Веб-блоги, объединяя в себе преимущества многих известных коммуникационных услуг в Интернете (списки, рассылки, новостные группы, дискуссионные форумы, базы данных), являются коммуникационной платформой нового типа, комбинированным, гибридным видом Интернет-коммуникации [9]. Уникальность данного средства коммуникации заключается в том, что блоги являются одновременно личными дневниками, хранилищами знаний и источниками информации. Это мощные альтернативные и независимые информационные ресурсы с постоянно обновляющейся повествовательной структурой, записями, содержащими текст, изображения, видео- или аудиофайлы. Блоги считаются аутентичной формой Интернет-коммуникации, так как представляют авторскую позицию, ориентированы на диалог, поддерживают двунаправленную коммуникацию, сочетая в себе черты публичного и межличностного общения. Блогосфера

(blogosphere) – это совокупность всех блогов, как связанное сообщество или как служба социальной сети, занявшая в современном медийном пространстве роль одной из ключевых площадок для коммуникации – поиска, обмена и распространения информации [7]. Неформальный стиль подачи информации, распространение ее через призму собственных эмоций и переживаний повышает уровень доверия аудитории к блогерам. Блогеры оперативно, остро и профессионально реагируют на общие проблемные сферы блогосферы: международные, политические, региональные и экономические события, гражданские настроения, экологические и миграционные вопросы, формируют общественное мнение и задают общий информационный тон. По функциональной принадлежности блоги разделяют на: информационные, журналистско-публицистические, литературно-художественные, учебно-просветительские, социальные, рекламные, видеоблоги, коммуникативные, развлекательные, самопрезентационные [8].

Блоги имеют относительно короткую историю существования, став неотъемлемой частью медиапространства лишь последние 10-12 лет. В 1993 году студент из Чикаго Джастин Холл (позже газета «The New York Times» определит Холла «отцом-родоначальником личных блогов»), создал «онлайн-дневник» под названием «Links.net», разместив в нем ссылки на интересные интернет-страницы. Впервые термин «веблог» (от logging the web – ведение журнала в Интернете) был употреблен американским программистом Й.Баргером в 1997 г., а двумя годами позже П.Мергольц ввел в оборот устойчивое сочетание «we blog». Тогда же, в 1999 году компьютерная компания «Pyra Labs» стала использовать термин «блог», как глагол, выражающий значение «вести блог». Далее представители организации решили ввести в обиход термин «блогер» (blogger – человек, ведущий блог), который впоследствии дал название одноименной платформе «Blogger.com» – первой бесплатной площадке, предоставлявшей возможность для публикации постов [5]. В конце 1990-х гг. был придуман термин «блогосфера», обозначающий совокупность блогов. В 2004 году ведущая американская компания-издатель справочников и толковых словарей Мерриам-Вебстер назвала «блог» словом года, а появление в 2005 г. видеохостинга под названием Youtube способствовало развитию видео-блогов. На заре становления блогосферы насчитывалось около 50 онлайн-дневников, но в последующее время их количество увеличилось в миллионы раз. В 2000-х гг. на фоне таких геополитических событий, как войны в Афганистане, Ираке, революции в Югославии и локальные конфликты на Ближнем Востоке, некоторые политики, известные личности, журналисты, а также предприниматели начали интересоваться блоггингом, создавая собственные веб-страницы, что привело к развитию блогов о политике.

Политические блоги представляют собой комплексный жанр динамично развивающейся блогосферы с множеством подтем и своеобразной стилистической гетерогенностью. Так, Е.В.Лазуткина определяет политический блогинг как коммуникативную среду, предназначеннуя для преобразования данных в политическую информацию, необходимую для проявления политической активности и осознанного электорального поведения граждан. И.М.Шатин акцентирует внимание на «проблеме научного анализа блогосферы в политике через понятия информации, социальной среды и структуры сетевых связей», формулируя базовый тезис о роли блогосферы в политической коммуникации следующим образом: «Интернет и блогосфера играют значимую роль в коммуникативных процессах современного общества, в котором информация давно выступает в качестве основного ресурса, выполняя вместе с тем социобразующую функцию». Ю.И. Нестеренок считает, что «политические блоги имеют публичный статус и являются инструментами публичной политики», рассматривая их как «формы функционирования политического поля». К.Л.Зуйкина определяет политический блогинг, как важный инструмент, «стимулирующий гражданскую активность в политической жизни», отличительными чертами которого являются фрагментарность, сетевая структура, свобода от вмешательства государства, «альтернативность мейнстриму».

С каждым днем блогосфера становится все более значимой и влиятельной в политическом дискурсе, способствуя политической мобилизации и активизации граждан. Основными мотивами создателя политического блога является

потребность поделиться экспертным знанием, выразить себя в обсуждении важной международной и общественно-политической темы, а также выступить альтернативой традиционным средствам массовой информации. Политический блог отражает всегда определенную позицию, сквозь призму которой интерпретируется вся остальная информация. Картинки, видео- и аудиоматериалы являются важным элементом политических блогов, передавая эмоциональное содержание опубликованного материала. Все компоненты политической блогосферы преследуют общие коммуникационные цели, имеют схожие структуры и стилистические особенности, сообщают о схожем контенте и адресованы конкретной аудитории. Дискурсивное конструирование проблемы реализуется блогером преимущественно посредством обвинения политического оппонента, отсылки к историческим прецедентам, отрицательного оценивания современного положения дел, указания на его негативные последствия и противоречия общественно разделяемым ценностям.

Политические блоги отличаются полифункциональностью, сочетая в различные функции: информационную - формирование контента и упорядочивание информации о политической, общественной и других сферах жизни в сети интернет; коммуникативную - личные и коммуникативные связи между блогером и читателями; политическую, включающую в себя политико-мобилизационную функцию организация и проведение разнообразных акций протеста, флеш-мобов, мобилизации членов партии и электората, разделяющего целеустановки партии, особенно во время предвыборной кампании; политико-имиджевую; социализации - активное включение электората в систему общественно-политических отношений; рефлексивную - языковая и речевая рефлексия блогеров, субъективная перестройка и переосмысление своего отношения к ситуациям политической сферы, комментирования [11]. Использование интернет-платформы с точки зрения мобилизации сетевой политики стало инновационной практикой протеста, цель которой, с одной стороны, выражение негодования или приверженности по поводу обсуждения конкретной проблемы и генерирация общественного внимания. Идеальным средством коммуникации протестного движения стала блогосфера с ее возможностями подготовки и координации протеста, изучения дискуссионного материала, обмена информацией, целями, стратегиями и тактиками.

Участники блогосферы различаются по целям использования платформы блога, мотивацией и характером использования.

Первая группа - официальные политические деятели: президенты, премьер-министры, правительственные чиновники и т.д. Позиция официальных политических лиц, выражаемая имплицитно, сводится к выражению патриотизма, уважения к народу страны, преданности своему делу и увлеченности желанием принести пользу обществу.

Вторая группа - неофициальные политики, имплицитно выражающие оппозиционную действующей власти позицию. Неофициальные политики, стремящиеся стать системными, видят своей целью дискредитацию существующей системы через политические блоги.

Третья группа - политологи, политтехнологи, журналисты, которые могут дать взвешенный профессиональный комментарий относительно происходящих международных, политических или общественных событий. В данной группе политических блогеров не наблюдается гомогенности в выражаемых политических взглядах. Транслируя как провластные, так и оппозиционные взгляды, находясь вне системы и политических баталий, они могут выражать политические взгляды вне зависимости от расстановки политических сил.

Четвертая группа - обыватели. Сфера деятельности этих пользователей никак не связана с функционированием политических организаций и институтов. Среди обывателей, также нет единства в имплицитно выражаемой политической позиции, они могут занимать любую позицию, поддерживать представителей любой политической партии, официальную власть или оппозиционеров [10].

В качестве интерактивной среды блоггинг открывает фундаментальные возможности опосредованного общения. В борьбе за благосклонность избирателей партии и политики выбирают выгодные стратегию и тактику, больше уделяют внимания самопрезентации, а также следят за

тем, чтобы негативные стороны их собственных политических действий не стали слишком очевидными. При этом политики пытаются приукрасить ситуацию, широко используя для вербального общения образные нарративы, т.е. традиционные в культурном отношении модели повествования, пользующиеся общим признанием. Нарратив требует репрезентации событий, конкретных единичных объектов и фактов в повествовательной последовательности. Характерные свойства нарратива позволяют использовать его при номинации и интерпретации всевозможных политических событий в СМИ и на интернет-платформах. В спорных случаях политики интерпретируют эту связь для лучшего понимания проблемы и принятия необходимых решений в результате обсуждения политических вопросов. Социальные сети являются правильной воронкой политической коммуникации для любого популистского лидера, когда дело касается охвата аудитории. Первое президентство Дональда Трампа в 2017-2020-х гг. дало основание говорить о нем как об генераторе фейковых новостей. Будучи популистским лидером, он часто делал сбивающие общественность с толку заявления, по национальному телевидению и в социальных сетях, что приводило к снижению доверия людей к администрации президента. Д.Трамп, являясь активным пользователем Twitter (X), активно использовал его для распространения дезинформации, для трансляции того, что он называл правдой.

Поскольку наиболее важные политические решения принимаются на основе доминирующих нарративов, необходимо точно знать, что типично для таких повествований, какое влияние они оказывают и что влияет на их успех. Важно, чтобы политические партии и политики воспринимали нарративы серьезно, как соответствующую форму мышления и коммуникации. Особенно это становится заметным в моменты кризиса – терракты, войны, экологические катастрофы, финансовые кризисы, проблемы с мигрантами тут же оказываются ключевыми моментами в речах политических кампаний, а политики используют в своих выступлениях повествовательные модели, которые могут повлиять на намеренный ход событий.

Политический нарратив служит для интеграции современных политических целей и ценностей в нарратив будущего, к которому нужно стремиться. Нарративы, имеющие значение аналогичное значению пропаганды, лавинообразно множатся через интернет-коммуникации и усиливают экспрессивность сообщений внутри групп и блогов, которые придерживаются определенной идеологии или политического направления [6]. Неслучайно, Президент Азербайджана Ильхам Алиев 20 июля 2024 года на Втором Шушинском Глобальном Медиафоруме отметил: «[…] ложные нарративы действительно очень вредны. Они не только наносят ущерб репутации страны, но и вредят ее деловому потенциалу и инвестиционным возможностям, отвлекают внимание международного сообщества от основных проблем, с которыми сталкивается страна, и концентрируют его на абсолютно нереалистичных сценариях» [1].

В новом информационном пространстве возрастает роль блогосферы, как среды функционирования молодежной медиакультуры, поскольку блогосфера является ведущим источником информации о ситуации в политике для молодежной аудитории от 18 до 30 лет. Молодежные сообщества в онлайн-пространстве распадаются по интересам, возрасту, гендерному признаку. Молодые люди чаще посещают блоги и социальные сети, чем старшее поколение, и именно молодежь легко поддается манипуляциям сознания [4]. Это вызывает необходимость мониторинга блогов на предмет выявления ложной или пропагандистской информации, оказывающей негативное влияние на мнение о высших должностных лицах, государственных мероприятиях, важных событиях общественной жизни. Изучение политического блогинга, как сегмента социально-политической публичной массово-медийной коммуникации носит междисциплинарный характер: политология, социология, лингвистика, журналистика и др. науки пытаются найти объяснение новому инструменту международной и общественной коммуникации. Ученые предлагают аутентичные определенным научным методологиям дефиниции данного понятия, акцентируют внимание на различных аспектах функционирования политического блогинга, составляют альтернативные иерархические списки его сущностных характеристик [2].

Блогеры открыто симпатизируют конкретной политической идеологии и демонстрируют крайне непримиримое отношение к фактам и явлениям, не вписывающимся в их политические представления, проявляют чрезмерный критицизм к оппонентам, придерживающимся других политических взглядов. В результате вместо конструктивной критики, направленной на улучшение и совершенствование тех или иных аспектов социально-политической действительности, аудитория получает узкотематические, тенденциозные суждения о политике. Блогеры ориентированы не на организацию коммуникации, а на утверждение собственной, редко аргументированной, позиции, на дискредитацию идеологического инакомыслия. Они создают ситуацию, в которой поступающая к читателю информация способна развивать дихотомическое мышление, отражающее действительность в диаметрально противоположных категориях. Поляризация мнений блогеров о политической жизни общества приводит к тому, что молодая аудитория, получающая информацию о политической жизни страны из блогосферы, погружается в искаженную, деформированную делением «на полюса» картину мира [3]. В результате вместо интеграции аудитории на основе общей картины политической жизни тематика и идеи политического дискурса дезинтегрируют общество.

Блогер избавляет аудиторию от необходимости держать в голове большой пласт информации и самостоятельно её анализировать. Аудитория запоминает удачные и конкретные формулировки, соглашается с ними и начинает повторять. Кроме того, существует определенная опасность - непрофессионализм блогеров и недостоверность контента. Спланированное регулярное воздействие на сознание людей в сетевом пространстве актуализирует угрозу автономии воли и способности независимого мышления. К примеру, позиционируемая как шведская экологическая активистка, скандальная Грета Тунберг, имеющая в Инстаграме 14 млн. подписчиков, 15 ноября 2024 г. в Ереване приняла участие в акции протеста против проведения COP29 в Баку. «Мы не можем делать вид, что заботимся о климате и окружающей среде, а такое государство, как Азербайджан, которое несет ответственность за этические чистки и геноцид, формирует повестку дня. Это государство, которое не намерено принимать реальные меры по борьбе с изменением климата» - сказала Тунберг, при этом не забыв посетить мемориал т.н. «жертв геноцида армян» в армянской столице. Как говорится, ангажированность на лицо. Здесь следует отметить, что еще в 2020 г. она стала первой лауреаткой (из 136 кандидатов) премии британского нефтяного магната Галуста Гюльбекяна. Скорее всего, ее визит в Армению и антиазербайджанские высказывания стали благодарностью Тунберг за премию размером в 1 млн.евро. Таким образом, не понимая реальный баланс потребностей и возможностей и придав событию планетарного масштаба политический окрас, Тунберг дезоринтирует своих подписчиков, отвлекая их от реальной мировой катастрофы, связанной с парниковыми выбросами и потеплением климата.

Существует четыре фундаментальных вида манипуляции массовым сознанием: манипуляция эмоциями, манипуляция информационным потоками, манипуляция с использованием авторитетов (трансляция смыслов через лидеров мнений) и манипуляция путём формирования и распространения образов. Комбинация всех четырёх видов манипуляции массовым сознанием представляется возможной в сетевой среде, в частности, в блогосфере. Управление большими массами грубой физической силой больше не актуально, намного эффективнее использовать силу воображения. Оружием, с помощью которого совершаются пропагандистские манипуляции и осуществляется информационная война является политический миф. Как полагает осново-положник “мягкой силы” Джозеф Най, в «сетевом обществе» XXI в. в этой борьбе «победа иногда зависит не от того, чья армия победит [на поле боя], а от того, чей рассказ победит».

Количество информации, передаваемое по всему миру в цифровом обществе, фактически бесконечно, что открывает невиданные возможности для управления и манипулирования сознанием людей, что всегда являлось целью политической борьбы. Пространство блогосферы превратилось в платформу для выражения политиками своих идей и взглядов, а также для прямого общения с потенциальными избирателями, обмена мнениями в режиме раельного времени. Как способ формирования политиче-

ской картины мира блоги потенциально могут генерировать концепты и смыслы, объясняющие устройство политической сферы, специфику взаимодействия ее элементов, принципы ее функционирования. Как инструмент политической коммуникации блоги могут быть включены в процесс организации общественной дискуссии, способствовать созданию условий для соревновательности мнений о политическом устройстве государства, необходимых его реформах и изменениях в обществе. Блоги стали важной частью онлайн-культуры, предлагая совершенный коммуникативный и динамичный источник информации, содержащий веб-страницы, связанные с традиционными новостными СМИ, а также международные, политические, финансовые, образовательные и т.д. контент-платформы. Главное достоинство блогов, как источников информации в том, что информация в них появляется оперативнее, чем в официальных источниках. Распространению блогов способствует современное положение отдельной личности в глобальной коммуникационной среде, стремлением личности к самоидентификации и самопрезентации. Основные факторы развития жанра политического блога: отсутствие строгой цензуры, детерминированность блога мотивами автора, институциональность авторской позиции. Являясь продуктом медиации, медиатизации политики и личности, блоги характеризуются упрощающей редукцией реальности, персонализацией политики, публичной субъективностью и трансгрессивностью. Переход политических блогеров в статус «персональных СМИ» становится трендом развития сферы политического блогинга.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Второй Шушинский глобальный медиафорум на тему «Разоблачение ложных нарративов: борьба с дезинформацией», https://president.az/ru/articles/view/66533

2. Каминская Т.Л. Коммуникативные роли политических экспертов в медийной повестке информационного противостояния // Коммуникативные исследования. 2023. Т. 10. № 2. С. 303–316. DOI: 10.24147/2413-6182.2023.10(2).303-316.

3. Маклюэн Г. М. Горячие и холодные средства коммуникации // Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева; Закл. ст. М. Вавилова. – М.; Жуковский: «КАНОН-прессЦ», «Кучково поле», 2003. – 464 с.

4. Немировская Е.П. Практики медиапотребления поколения Z в социальных сетях // Социодинамика. 2024. № 7. С. 14-23. DOI: 10.25136/2409-7144.2024.7.71212 EDN: UNIPZC URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=71212

5. Aston, Thomas. "Evaluation blogs, podcasts and webinars in 2024: A mid-year review." Evaluation (2024): 13563890241284805.

6. Relojo-Howell, Dennis. "Blogging Meta-Analysis." (2024).

7. Junagade, Mansi, et al. "ONLINE BLOGGING SYSTEM."

8. Bigi, Alessandro. "Viral political communication and readability: An analysis of an Italian political blog." Journal of Public Affairs 13.2 (2013): 209-217.

9. Pinto, Gabriela, et al. "Tracking the 2024 US Presidential Election Chatter on Tiktok: A Public Multimodal Dataset." arXiv preprint arXiv:2407.01471 (2024).

10. Costa e Silva, Elsa. "Beyond links: Understanding meaning and control in political blogs." New Media & Society 18.1 (2016): 82-98.

11. Gaur, Suresh, and Sagar Karande. "Blogging as Narratives." Handbook of Digital Journalism: Perspectives from South Asia. Singapore: Springer Nature Singapore, 2024. 365-373.

12. Mbila-Uma, Stella, et al. "The Multi-attribute impact of hyperlinks in blogs: an emotion-centric approach." Social Network Analysis and Mining 14.1 (2024): 134.

13. Epstein, Robert, et al. "The "opinion matching effect"(OME): A subtle but powerful new form of influence that is apparently being used on the internet." PloS one 19.9 (2024): e0309897

Bakı Dövlət Universitetinin Beynəlxalq münasibətlər kafedrasının doktorantı

BLOQOSFER BEYNƏLXALQ VƏ İCTİMAİ-SİYASİ ÜNSİYYƏT VASİTƏSİ KİMİ

L.S. Süleyman-zadə

Siyasi kommunikasiyada bloqların statusunu və rolunu müəyyən etməyə həsr olunmuş tədqiqatlar elmi diskursda ən çox sayılan tədqiqatlardır. "Yeni media" müasir milli dövlətlərin "yumşaq güc" alətinə çevrilərək beynəlxalq münasibətlər və dünya siyasəti sferasına, müasir cəmiyyətin müxtəlif sahələrinə getdikcə artan təsir göstərir. Siyasi kommunikasiya dedikdə, bir qayda olaraq, siyasi informasiya yaratmaq, müxtəlif kommunikasiya vasitələrindən istifadə etməklə ictimai kanallar vasitəsilə ötürmək, onun adekvat qavranılmasını və tətbiqini təmin etməklə siyasi subyektlərlə cəmiyyət arasında ünsiyyətin təşkili və saxlanması prosesi başa düşülür. Məqalədə müasir kommunikasiya proseslərinin modifikasiyası məsələləri və onlarda siyasi blogosferin rolu araşdırılır. Müəllif müasir blogosferanın funksiyalarını və qruplarını, habelə onun dünya gündəminin beynəlxalq və sosial-siyasi aspektlərinə təsirini təsnif etməyə çalışıb.

Açar sözlər: *blog, blogosfer, blogger, povestlər, ünsiyyət prosesləri, məzmun platformaları*

БЛОГОСФЕРА, КАК ИНСТРУМЕНТ МЕЖДУНАРОДНОЙ И ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

Л.С.Сулейман-заде

Исследования, посвящённые выявлению статуса и роли блогов в политической коммуникации, на сегодняшний день являются самыми многочисленными в научном дискурсе. «Новые медиа» оказывают все более возрастающее влияние на сферу международных отношений и мировой политики, различные области современного общества, превратившись в инструмент «мягкой силы» современных национальных государств. Под политической коммуникацией при этом, как правило, понимается процесс организации и поддержания связи между политическими акторами и обществом посредством создания политической информации, передачи ее по публичным каналам с помощью различных коммуникационных сред и обеспечение ее адекватного восприятия и применения. В статье рассмотрены вопросы модификации современных процессов коммуникации и роль политической блогосферы в них. Автор попытался классифицировать функции и группы современной блогосферы, а также ее влияние на международные и общественно-политические аспекты мирововой повестки дня.

Ключевые слова: *блог, блогосфера, блогер, нарративы, коммуникативные процессы, контент-платформы*

THE BLOGOSPHERE AS A TOOL OF INTERNATIONAL AND SOCIO-POLITICAL COMMUNICATION

L.S.Suleyman-zada

Studies devoted to identifying the status and role of blogs in political communication are by far the most numerous in the scientific discourse. "New media" have an ever-increasing influence on the sphere of international relations and world politics, various areas of modern society, having turned into an instrument of "soft power" of modern nation-states. Political communication in this case, as a rule, is understood as a process of organizing and maintaining communication between political actors and society by creating political information, transmitting it through public channels with the help of various communication media and ensuring its adequate perception and application. The article deals with the modification of modern communication processes and the role of the political blogosphere in them. The author tried to classify the functions and groups of the modern blogosphere, as well as its influence on international and general political aspects of the world agenda.

Key words: *blog, blogosphere, blogger, narratives, communicative processes, content platforms.*