

10. Ruth B. *The Chrysanthemum and the Sword: Patterns of Japanese Culture*. – Boston: Houghton Mifflin Harcourt, 1967. – 324 p.
11. Fisher D. *Rockefeller Philanthropy and British Social Anthropology?* // *Anthropology Today*. – 1986. – Vol.2. – P.5–8.
12. Libman M., Milibend R. *Rozdumi nad antykomunizmom*; [per. z angl. L. Bidochko ta M. Kazakova] // *Spil'ne: zhurnal social'noi' krytyky* [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: <https://commons.com.ua/uk/rozdumi-nad-antikomunizmom/>.
13. Kagarlickij B. Ju. *Marksizm: ne rekomendovano dlja obuchenija*. – M.: Algoritm, Jeksmo, 2006. – 1622 s.
14. «Zhahittja dlja ljudstva, ale shhastja dlja targaniv». Interv'ju zi Stivenom Rejnoju // *Spil'ne: zhurnal social'noi' krytyky* [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: <https://commons.com.ua/ru/zhahittja-dlya-ljudstva-ale-shhastja-dlya-targaniv-imperialistichni-superechnosti-globalna-vojevnicnist-ta-vijna-na-donbas/>.
15. Hymes Dell H. 1999. *Introduction to the Ann Arbor Paperbacks Edition // Reinventing Anthropology* / ed. by Dell Hymes. – Ann Arbor, MI: University of Michigan Press. – P. v–xlix.
16. Leacock E. B. *Relations of Production in Band Society // Politics and History in Band Societies* / ed. by Eleanor Leacock and Richard Lee. – Cambridge, UK: Cambridge University Press. – P.159–70.
17. *Evolution and Culture* / ed. by Marshall Sahlins and Elman R. Service. – Ann Arbor: University of Michigan Press, 1960. – 131 p.
18. Alland A. *Adaptation // Annual Review of Anthropology*. – 1975. – Vol.4. – P.59–73.
19. Harris M. *Rise of Anthropology Theory: a history of theories of culture*. – New York: Crowell, 1968. – 806 p.
20. Harris M., Kotak C. *The Structural Significance of Brazilian Racial Categories // Sociologia*. – 1963. – Vol.25. – P.203–209.
21. Harris M. *Portugal's African «Wards» // Africa Today Pamphlets: 2*. – NY: American Committee on Africa, 1960. – 40 p.
22. Ferguson R. B. *Marvin of Schermerhorn (Marvin Harris at Columbia in the 1970s)*. – Rutgers University–Newark, 2010. – 10 p.

Bidochko L. Ya., graduate student of the Department of Political Science, National University of «Kyiv–Mohyla Academy» (Ukraine, Kyiv), bidochko.lesia@gmail.com

Origins of cultural materialism: historical context

The formation of new scientific schools is determined not only by the dialectics of the development of scientific knowledge, but also by a broader social context. Following E. Wolf's periodization, after 1945, the United States have witnessed the third stage in the history of sociocultural anthropology. At this period, a revival of the materialistic direction took place; it opposed the idealistic symbolic anthropology. Neo-evolutionists sought to avoid the shortcomings of the vulgar materialism of L. H. Morgan and to preserve the humanistic intentions of F. Boas, abandoning particularism of the Boasian anthropology. The life and scientific experience of the new generation of anthropologists have determined their critical and radical position. Materialistic anthropologists were interested in Marxism, but amid the Cold War and the second wave of the «Red Panic», they should have kept distance from it. The original conception of cultural materialism, proposed by Marvin Harris, made it possible to improve neo-evolutionism and cultural ecology, using separate elements of Marxism and remaining within the limits of political loyalty. The new school reflected contradictory tendencies, generated on the one hand by the reactionary policy of McCarthyism and, on the other hand, by the progressive social movements of the 1960s.

Keywords: cultural materialism, socio-cultural anthropology, history of science, McCarthyism, Marxism, radical intellectuals, USA, Third World.

* * *

УДК 327.82:316.77

Слободяник О. Г.,
аспірантка кафедри міжнародної інформації,
Інститут міжнародних відносин Київського
національного університету ім. Тараса Шевченка
(Україна, Київ), egpetuhova@gmail.com

ТРАНСФОРМАЦІЯ ЗОВНІШНЬОПОЛІТИЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇН У СУЧАСНУ ДОБУ

Розглядаються теорії та концепції зовнішньополітичних комунікацій провідних європейських країн як інноваційний інструментарій міжнародної

взаємодії, аналізується ефективність впливу зовнішньої політики європейських акторів на міжнародні відносини, визначаються функціональні характеристики комунікативної практики зовнішніх зносин у сучасному світі.

Ключові слова: зовнішньополітичні комунікації, міжнародні відносини, комунікативний інструментарій дипломатії, країни Європи, Україна.

Сучасні тренди трансформації міжнародних відносин зумовлюють нові стратегії і підходи до діяльності урядових інститутів, відповідальних за міжнародну взаємодію політичних акторів, до репутаційного представлення зовнішньої політики на світовій арені та переконання зарубіжної і внутрішньої громадськості у правильності рішень щодо забезпечення стратегічних інтересів держав за допомогою як традиційного, так і інноваційно-комунікативного інструментарію, за допомогою яких у глобальному політичному середовищі здійснюються потужні впливи на позиції країн щодо вирішення складних міжнародних проблем. Як зазначається у численних наукових розвідках, інформаційно-комунікативні технології як перспективний інструментарій міжнародного співробітництва охоплюють всі сфери сучасних міжнародних відносин, сприяють осмисленню ролі інновацій для інтерактивного діалогу дипломатичних установ різних держав, трансформують практику зовнішньополітичної діяльності, відтак потребують детального вивчення комунікативних можливостей сучасної дипломатії.

У сучасному науковому дискурсі щодо трансформації міжнародної взаємодії наявні дослідження як загального плану, зокрема праці відомих фахівців з міжнародних відносин Р. Армітіджа, З. Бжезинського, А. Гора, С. Джексона, А. Коена, Дж. Ная, Е.–М. Слотера, М. Уолцера, М. Фридмана, Ф. Фукуяма, Р. Хаасса, так і спеціальні наукові розвідки щодо інноваційного інструментарію зовнішньої політики С. Анхольта, Р. Брауна, Г. Брюса, Е. Гільбоа, М. Гроссмана, Р. Джервиса, Р. Еделмана, М. Кумара, В. Олінса, Л. Розелле, А. Юнвера, Э. Хэнсона та інших, в яких стверджується, що «сучасна проблематика міжнародних відносин – політична, безпекова, економічна, науково-технічна, інформаційна, культурна, суспільна, екологічна, духовна, – яка визнається предметом державної політики, набуває міжнародного характеру, втілюється у міждержавних відносинах, реалізується через стратегії і практику зовнішньої політики» [1–5]. Зокрема, Ф. Фукуяма обґрунтував засади безконфліктного міжнародного розвитку за умови гармонійного використання високих технологій; Г. Кіссінджер зазначав, що світовий порядок і його детермінанти змінюються швидкоплинно і глобально, формуючи нову архітектуру світового порядку; Дж. Розенау наголошував, що лише активна позиція держав щодо створення нової політичної структури світу, розробка нових правил міжнародної взаємодії з урахуванням реалій, зумовлених глобальними комунікаційними процесами, сприятиме модернізації дипломатії. Вагома роль комунікативного чинника міжнародної взаємодії, за С. Анхольтом, Е. Гільбоа, А. Гором, Р. Еделманом, М. Кумаром, В. Олінсом, Е.–М. Слотер та А. Юнвером, пов'язана з постіндустріальними цифровими і комунікативними технологіями та домінуванням інтелектуальних ресурсів у сучасній системі міжнародних відносин [6–10].

У вітчизняній науці зовнішньополітичним комунікаціям присвячено дослідження Н. Білан, А. Веселовського, Д. Дубова, О. Зернецької, Н. Карпчук, Л. Климанської, В. Копійки, О. Кучмій, Є. Макаренко,

М. Ожевана, Н. Піпченко, Г. Почепцова, М. Рижкова, В. Терешука, Є. Тихомирової, О. Фролової, О. Шевченко, Ю. Щегельської тощо, в яких розглядаються міжнародні комунікації і комунікативні технології, зокрема стратегічні, публічні, міжкультурні, іміджеві, брендингові, цифрові, твіттерні, соціальні та медіа, що використовуються як зарубіжними, так і українськими дипломатичними установами для забезпечення національних інтересів у міжнародних відносинах. Фахівці вважають, що активна зовнішньополітична діяльність міжнародних акторів має ґрунтуватися на прогнозуванні і моделюванні сучасної політичної реальності, науковому обґрунтуванні комунікативних процесів, проведенні прикладних досліджень щодо інструментарію зовнішньої політики для ефективного міжнародного співробітництва [11–16].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Дослідження наукової проблеми зовнішньополітичних комунікацій в Україні потребує комплексних досліджень сучасного інноваційного інструментарію, визначення та окреслення категоріального апарату зовнішньополітичних комунікацій, деталізації та конкретизації його комунікативних складових, з'ясування впливу зовнішньополітичних комунікацій на міжнародну взаємодію, прогнозування перспектив використання такого інструментарію у сучасній системі міжнародних відносин та у практиці зовнішньої політики, що уможливить підвищення ефективності зовнішньополітичних комунікацій України.

Метою наукової статті є з'ясування прикладних аспектів зовнішньополітичних комунікацій провідних європейських країн у сучасному вимірі. Завданнями обрано політичний аналіз особливостей зовнішньополітичних комунікацій Великої Британії, Франції, ФРН, Італії, Мальти та Іспанії у забезпеченні стратегічних інтересів країн у сфері міжнародних відносин, оскільки зовнішньополітичні комунікації в умовах трансформації світового порядку можуть сприяти політичному діалогу, пропагуванню переваг тієї чи іншої політичної, економічної і соціальної системи, а також просуванню певної ідеології, культурних цінностей та способу життєдіяльності у сучасному світі [2–3; 12].

У сучасному науковому дискурсі для позначення комунікацій у міжнародних відносинах послуговуються термінами «глобальна комунікація», «міжнародна комунікація», «міждержавна комунікація», «міжкультурна комунікація», «зовнішньополітична комунікація», «цифрова комунікація» тощо, які диференціюються за характерними особливостями і сферою вживання. Зокрема, під «зовнішньополітичними комунікаціями» пропонується розуміти інноваційний комунікативний інструментарій для забезпечення зовнішньополітичної діяльності держави у системі міжнародних відносин [2–3; 5; 14]. Зовнішньополітична комунікація, йдеться у наукових працях, виявляється через різні канали взаємодії міжнародних акторів, які охоплюють як процеси створення та розповсюдження інформації, що залежать від суспільного устрою, політичного, економічного, технічного, інформаційного і культурного розвитку країни, так і процеси використання інноваційних інформаційних ресурсів урядовими інститутами та дипломатичними представництвами держав [2; 11–12].

Наразі діяльність міжнародних акторів щодо забезпечення національних інтересів зумовлена зростанням конкурентних впливів та параметрів геополітичного позиціонування, що істотно трансформує зовнішньополітичні комунікації, включаючи комунікативний інструментарій до стратегій міжнародної взаємодії. Відтак практика зовнішньополітичних комунікацій європейських держав у сфері міжнародних відносин визначається як традиціями дипломатичної діяльності, тобто використанням публічної, культурної, іміджевої та медіа дипломатії, так і її модернізацією, зокрема використанням цифрової, твіттерної, брендингової, лобі – та іг–дипломатії, стратегічних комунікацій тощо, відповідно до інформаційно–технологічного і комунікативного розвитку [17–20].

Зовнішньополітичне відомство Великої Британії активно використовує комунікативний інструментарій для просування національних інтересів передусім у форматі переговорів з ЄС про брекзит, про стратегічне партнерство з США щодо міжнародної безпеки, про створення центру протидії російській пропаганді у контексті втручання РФ у політичні і виборчі процеси в Європі. Веб–сайт Форін Офісу, свого часу відзначений міжнародними нагородами у сфері інтерактивних медіа, представляє офіційну інформацію британського уряду з питань зовнішньої політики держави, яка щоденно доповнюється позиційною риторикою, оперативними оцінками подій, що стосуються інтересів Сполученого Королівства.

Водночас, як зазначають фахівці, інформаційно–роз'яснювальна робота Форін Офісу не завжди сприяє переконанню британської і світової спільноти у правильності ухвалених рішень. Прем'єр–міністр британського уряду Т. Мей прагне врегулювати складний процес виходу Великої Британії з єдиної Європи, але підстави і умови, оголошені ЄС не задовольняють як економічні, так і оборонні інтереси держави з огляду на політичні суперечності в парламенті щодо брексіту і відмову провідних європейських лідерів поступитися інтересами об'єднання. Загалом, представляючи свої проекти і програми технологічної модернізації, комп'ютерної освіченості і електронної комерції, стратегії залучення інвестицій, наукової дипломатії та *advocacy*, зовнішньополітична установа Великої Британії сприяє їх активному обговоренню в суспільстві, визначає позитиви і негативи у сприйнятті політичного курсу як всередині країни, так і за кордоном [2; 21–22].

Модернізація зовнішньополітичних комунікацій ФРН здійснюється через використання публічної, цифрової, іміджевої, громадської дипломатії та позиційно–репутаційних кампаній. Оперативність представлення інформації та реагування на міжнародні події у режимі онлайн, мобільність іміджевих акцій, вивчення громадської думки щодо зовнішньої політики через опитування Євробарометру та федеральних і земельних соціологічних інституцій свідчать про зміну дипломатичної діяльності в умовах політичних, соціальних і міграційних викликів для уряду А. Меркель, залучення комунікативного інструментарію для міжнародної взаємодії ФРН. Щодо новацій зовнішньополітичних комунікацій, то Федеральне міністерство закордонних справ розпочало 2018 р. з дванадцяти нових каналів Twitter, щоб процес прозорості

зробив більш помітною зовнішню політику Німеччини для зарубіжної спільноти. Німецькі дипломатичні представництва також розширюють свою присутність у соціальних мережах і наразі охоплюють понад шість мільйонів користувачів і 300 каналів по всьому світу [23–24].

Пріоритетами зовнішньої політики Франції за президенства Е. Макрона визначено посилення впливу Франції у системі міжнародних відносин, роз'яснення необхідності політичної єдності ЄС, захист національних інтересів в Європі, безпеку і економічну стабільність держави, протидію терористичним акціям, соціальну підтримку французької спільноти. Веб-сайт Міністерства закордонних і європейських справ Франції як механізм цифрової дипломатії представляє такі аспекти зовнішньої політики держави, як міжнародне співробітництво, захист прав людини, гуманітарне співробітництво, європейська система оборони, боротьба з кліматичними змінами, франкофонія, наука, культурна і спортивна дипломатія, національна спадщина тощо. Поширення інформації про зовнішню політику Франції та про країну загалом, здійснення активного діалогу дипломатичних установ з міжнародними агенціями новин, постійна підтримка сайту France Diplomatie дає можливість ознайомитися з пріоритетами міжнародного співробітництва держави, визначити позицію країни щодо процесів європейської інтеграції, тріанонського діалогу, участі у форматі «нормандської четвірки», врегулювання кризи на Близькому Сході, проблеми нерозповсюдження зброї масового ураження, протидії хакерським атакам та проаналізувати поточну діяльність міністерства. Особливого значення надається розвитку цифрової дипломатії, яка, на думку міністра закордонних справ Франції Жан-Ів Ле Дріана, уможливує ефективні комунікації зі світовою спільнотою. На початку 2018 р. було представлено російську версію сайту, а також акаунт в Twitter російською мовою @francediplo_RU Twitter. Цей інструментарій зовнішньополітичної комунікації призначений для мільйонів користувачів, які можуть відповідною мовою ознайомитися з дипломатичною, культурною та економічною діяльністю міністерства, а також отримати інформацію про Францію, її визначні пам'ятки і видатні місця. Практично, France Diplomatie наразі став єдиним в світі міністерством закордонних справ, яке здійснює комунікацію шістьма мовами і постійно розширює свою онлайн-аудиторію [25–27].

Головним зовнішньополітичним пріоритетом для Італії вважається участь в західних інтеграційних структурах ЄС та НАТО, координація зусиль їх членів і підтримка реалізації їх спільних проєктів у військово-політичній, інтеграційній та інших сферах співробітництва. Разом з інтеграційним вектором в політиці Італії посилюється і бажання до проєктування власного впливу як незалежного, самостійного актора в інших країнах і регіонах, зокрема на Балканах та в Середземномор'ї. Основним інструментом реалізації італійських інтересів визначено торгово-економічні важелі, інвестиції, наявність засобів, для програм допомоги в розвитку іншим країнам.

Зовнішньополітичні комунікації Італії на засадах комунікативних технологій здійснюються у форматі публічної, культурної, наукової, туристичної, гастроно-

мічної дипломатії, GR, брендингу та лобювання. Бренд-комунікації зовнішньополітичного відомства Італії спрямовані на підтримку і розвиток національного туристичного порталу для ефективного залучення іноземних туристів в країну, оскільки держава у щорічному рейтингу Country Brand Index – 2017 посіла лише 10 місце, незважаючи на численні подорожуючих з усіх країн світу, відтак на офіційному туристичному веб-сайті країни почали демонструватися культурні, природні і гастрономічні переваги Італійської Республіки. До цього долучається й ефективна інформаційно-роз'яснювальна робота італійських дипломатичних місій за кордоном, яка має забезпечити ефективне позиціонування національних інтересів у міжнародному середовищі [28].

Значна увага у діяльності Міністерства закордонних справ Італії приділяється твіттерній дипломатії і функціонуванню дипломатичної мережі Фарнезіна, на основі якої було створено карту з усіма Twitter-акаунтами італійської дипломатії, оскільки, на погляд фахівців, «цифрова дипломатія не питання бюджету, а культурний підхід, позитивний сигнал «культурної сучасності» для підвищення іміджу і політики країни на міжнародному рівні. Таким чином дипломатична установа стає відкритою для італійського громадянського суспільства, міжнародних акторів та світового інформаційного середовища, оскільки вважається, що країна не може залишатися поза соціальними мережами комунікації і прагне використовувати Twitter для того, щоб «повідомляти позицію уряду безпосередньо через живе спілкування поза офіційними прес-релізами» [29].

Як зазначає міністр закордонних справ Італії А. Альфано, МЗС Італії в рамках культурної дипломатії передусім підтримує діяльність італійських культурних, установ, академічних інститутів та університетів за кордоном, вивчення італійської мови у країнах перебування дипломатичних місій, міжнародну співпрацю у сфері археології і культурної спадщини, реставрацію мистецьких творів, виставкові презентації мистецьких колекцій. Також вважається, що італійський підхід до збереження культурної спадщини є найбільш професійним, тому саме Італію спеціалізована установа ООН з культури, науки, освіти і комунікації ЮНЕСКО офіційно призначила координатором міжнародних проєктів з порятунку художньої спадщини під час військових дій і стихійних лих. У кожній окремій ситуації з числа провідних італійських архітекторів, інженерів, істориків мистецтва та археологів формується група порятунку («блакитні каски культури»), якій належить вирішальний голос при виборі способів і технологій відновлення зруйнованих шедеврів в різних регіонах світу [30].

До інструментарію зовнішньополітичної комунікації Італії відносять і лобі-технології, що використовуються зазвичай для міжнародної взаємодії урядових інститутів і громадянського суспільства з європейськими і світовими політичними акторами, для прозорості ухвалення політичних рішень у сфері міжнародних відносин, які стосуються інтересів італійських пересічних громадян, корпорацій, неформальних об'єднань, для фінансування гуманітарної допомоги у зонах збройних конфліктів і екологічних криз, що розглядається як демократичні гарантії участі громадськості у процесах ухвалення рішень. На сучасному етапі італійська

зовнішня політика спрямована на розширення всебічної міжнародної співпраці та інтеграції, зміцнення загальної стабільності, миру та безпеки, вирішення глобальних проблем і надання допомоги державам, що потребують її, поширення демократії в світі [30].

Зміни у здійсненні зовнішньополітичних комунікацій спостерігаються у діяльності урядових інститутів Республіки Мальта, яка свого часу, після вступу до Європейського Союзу, висловила готовність змінювати та оновлювати стратегічні цілі зовнішньої політики. Міністр закордонних справ Мальти з 2004 по 2008 рр., М. Френдо тоді зазначав: «Контекст ЄС надає нам нові виклики, які потребують нових підходів до їх вирішення, поєднує нас в історичному процесі будівництва об'єднаної Європи і надає нашим громадянам континент, де вони можуть подорожувати, вчитися, працювати та розвиватися. Також він надає для Мальти інструменти для впливу на процес прийняття рішень в європейській політиці, включаючи спільну зовнішню політику, а отже, дозволяє нам зміцнювати нашу релевантність і посилювати нашу важливість міжнародних відносин у регіональному, двосторонньому, багатосторонньому контекстах. Мальта має швидко реагувати на динамічний світ, пристосуватися до нових викликів, бути активною на міжнародному рівні, зберігаючи визначений та чіткий вектор розвитку» [31].

У міжнародних відносинах Міністерство закордонних справ та сприяння торгівлі Республіки Мальта послуговується інструментарієм культурної, публічної, цифрової громадської дипломатії та брендингу, які, на думку міністра К. Абелі, «відображають як історичні та географічні позиції Мальти, так і її європейські перспективи щодо мови і культури, які підкреслюють середземноморський характер країни. У цьому контексті мальтійське розуміння політики регіону і розуміння проблем, що стосуються південних країн Європи, стане позитивним внеском Мальти в Європейський Союз у його середземноморському вимірі» [32–33].

Зовнішньополітичні комунікації Мальти, що стосуються культурного співробітництва, здійснюються через презентацію мальтійської культури, двосторонні культурні угоди з іншими країнами, транскордонний культурний та інформаційний обмін. У забезпеченні культурної дипломатії Мальти одну з провідних ролей також відіграє діяльність Мальтійської Ради з культури та мистецтв, яка наразі активно співпрацює з ЮНЕСКО в реалізації культурних ініціатив, серед яких поширити обізнаність та сприяти розвитку мальтійської культури у Середземноморському регіоні та на міжнародному рівні.

Водночас міністерство закордонних справ не має механізмів, щоб запропонувати щорічні культурні програми чи заходи мальтійських дипломатичних установ, тому дипломатичні місії Мальти прагнуть до встановлення окремих партнерських зв'язків у культурних проектах залежно від ресурсів посольства та культурного іміджу дипломатичних представників [32].

Публічна дипломатія Мальти є ключовим комунікативним ресурсом для просування країни в міжнародних відносинах, оскільки її економіка залежить від зовнішньої торгівлі і туризму. Проте Мальті, підкреслюється у моніторингових дослідженнях, не вистачає зусиль публічної дипломатії, що передбачає ефективне двостороннє спілкування з представниками

зарубіжних країн. Крім того, мальтійські громадяни для залучення іноземних туристів сподіваються збільшити привабливість медичного туризму [33].

Свого часу Мальта через відкриття в країні філіалу Інституту миру США приєдналася до програми щодо поширення цифрової дипломатії та підтримала створення європейської організації «DiploFoundation», яка брала участь у проекті Середземноморської академії дипломатичних досліджень на Мальті. Представники дипломатичного корпусу Мальти брали участь у щорічних міжнародних конференціях з актуальних питань цифрової дипломатії, зокрема щодо управління дипломатичними мережами, управління мережею Інтернет, дипломатичного веб – менеджменту тощо [12; 34].

Стратегія брендингу Мальти спрямована на використання «м'якої сили» у міжнародній взаємодії, на зростання впливу Мальти у рамках ЄС, на підвищення репутації держави у міжнародних відносинах та розвиток державної дипломатії. Бренд-комунікації країни, на думку фахівців, забезпечують важливі символи та ритуали для мальтійського суспільства та сприяють позитивному сприйняттю Мальти в міжнародному середовищі [8; 33].

Зовнішньополітичні комунікації Міністерства закордонних справ і міжнародного співробітництва Іспанії пов'язані як з традиційним інформаційно-аналітичним забезпеченням діяльності держави у міжнародних відносинах, так і з використанням сучасного інструментарію публічної, культурної, цифрової та лобі-дипломатії. До інструментарію традиційної дипломатії МЗС Іспанії відносять проведення аналітичних досліджень для прийняття рішення у сфері міжнародних відносин, для побудови сценаріїв та стратегій, які розкривають та розвивають інтереси Іспанії у світі, поширення інформації про життя Іспанії у всіх сферах життєдіяльності держави, для формування позитивного міжнародного іміджу Іспанії у суспільній думці, для ефективного співробітництва з медіа та соціальними мережами. Дипломатична установа послуговується розробками, рекомендаціями і програмами Королівського інституту Елькано. Наразі інститут працює над проектом «Робочі документи Елькано», що стосуються аналізу та дослідження міжнародних процесів та їх співвідношення з міжнародною політикою Іспанії у сфері міжнародної безпеки.

Іспанське агентство міжнародної співпраці, що працює під егідою уряду та міністерства закордонних справ, здійснює співпрацю з країнами на двосторонньому та багатосторонньому рівнях у сферах освіти, науки, техніки, сталого розвитку країни в цілому, надання гуманітарної допомоги, реалізації програм та проектів, взаємодії з різними урядовими організаціями та міжнародними інституціями, що сприяють розвитку країни.

Для Іспанії важливим стратегічним аспектом міжнародних відносин є культурна дипломатія, що забезпечується міністерствами закордонних справ, культури, промисловості, туризму і комерції, автономними інституціями та організаціями. Так, Державне об'єднання для культурної діяльності за кордоном співпрацює з Міністерством закордонних справ та Міністерством культури щодо поширення на міжнародній арені інформації про культуру країни з

метою позитивного позиціонування Іспанії, особливістю якої вважається багатогранність та плюралізм. Незалежний орган Міністерства культури Іспанії – Державне об'єднання культурної пам'яті – працює у напрямку збереження культурних пам'яток, підготовки та організації діяльності, пов'язаної з культурними, науковими, історичними пам'ятками та просуванням інтересів та досягнень Іспанії у культурній сфері. Інститут Сервантеса, який функціонує під егідою МЗС Іспанії, має 77 центрів у 41 країні світу, забезпечує поширення та пропагування у світі іспанської мови, культури та історії. Робота Інституту поступово переміщується в мультимедійний формат – віртуальний зал Сервантеса та Сервантес ТБ.

Для підтримки міжнародних зв'язків, співпраці з країнами світу, надання інформації про діяльність країни Міністерство закордонних справ Іспанії використовує цифрову дипломатію, зокрема через розміщення на веб-сайті дипломатичної установи інформації про діяльність країни на міжнародній арені, щорічних звітів про виконану роботу, публікацій, звітів дипломатичних представників з країн перебування дипломатичних місій, про укладені міжнародні договори, діяльність дипломатичної школи країни.

Для відновлення позитивного іміджу Іспанії після економічної кризи було створено Раду з підприємницької конкурентоспроможності, економічну лобі-групу, основним завданням якої стало повернення довіри міжнародних економічних ринків. Наразі Іспанія у своїй зовнішньополітичній діяльності активно використовує інструментарій публічної, культурної та лобі-дипломатії для просування своїх позицій у міжнародній взаємодії та світовій громадській думці.

Висновки. Трансформація зовнішньополітичних комунікацій відображає тенденції використання інноваційних технологій країнами Європи у міжнародних відносинах, сприяє активізації міжурядових контактів, відповідає політичним вимогам сучасного світу і водночас потребує подальшого вивчення, наукового обґрунтування і конкретизації досліджень. Досвід зовнішньополітичних відомств європейських країн свідчить, що використання інноваційного інструментарію у міжнародній взаємодії формує нове середовище для дипломатичної діяльності. Такий досвід може бути використаний для модернізації зовнішньополітичної діяльності України та інструментарію зовнішньої політики, особливостей здійснення зовнішньополітичної комунікації держави на міжнародній арені.

Список використаних джерел

1. The Global Technology Revolution 2020, In-Depth Analyses (Bio/Nano/Materials/Information Trends, Drivers, Barriers, and Social Implications) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/technical_reports/2006/RAND_TR303.pdf.
2. Комунікативні тренди міжнародних відносин. Колективна монографія / Макаренко С. А., Рижков М. М., Піпченко Н. О. та інші. – К.: Центр вільної преси, 2016. – 614 с.
3. Roselle L. Foreign Policy and Communication / Laura Roselle [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://internationalstudies.oxfordre.com/view/10.1093/acrefore/9780190846626.001.0001/acrefore-9780190846626-e-184?rskey=3YtByQ&result=6>
4. Davison P. W. Political communication as an instrument of foreign policy / P. W. Davison. – Public Opinion Quarterly, Vol.27, Is.1, 1 January 1963, P.28–36. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://doi.org/10.1086/267147>
5. Кондратов А. И. Коммуникации в системе международных отношений / А. И. Кондратов. – Вестник Военного университета. – 2011. – №1 (25). – С.85–90. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikatsii-v-sisteme-mezhdunarodnyh-otnosheniy>
6. Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко С. А., Рижков М. М., Кучмій О. П., Фролова О. М. – Вид.3-е, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2017. – 534 с.
7. Зовнішньополітичні комунікативні технології. Підручник / С. А. Макаренко, М. М. Рижков, Н. О. Піпченко та інші. – К.: Центр вільної преси, 2016. – 416 с.
8. Brown R. Diplomacy, Public Diplomacy and Social Networks [Електронний ресурс] / R. Brown // Institute of Communications Studies. – University of Leeds. – Режим доступу: http://www.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/4/1/3/0/7/pages413076/p413076-1.php.
9. Facebook diplomacy: peace may be just a click away [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.eneews.ma/facebook-diplomacy_i110442_7.html
10. Пантелєєв С. Зовнішня політика та інноваційна дипломатія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://interaffairs.ru/news/show/9033>
11. Копійка В. В. Дипломатія інформаційної доби / В. В. Копійка // Матеріали міжнародної наукової конференції «Міжнародна інформація: концептуальні та прикладні виміри». – К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут міжнародних відносин, 2013 – С.4–6.
12. Піпченко Н. О. Соціальні медіа у структурі зовнішньої політики провідних міжнародних акторів: Монографія / Н. О. Піпченко. – К.: Центр вільної преси, 2014. – 334 с.
13. Почепцов Г. Нові медіа як засіб міжнародних інформаційних інтервенцій [Електронний ресурс] / Г. Почепцов // Медіаграмотність. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/13955>.
14. Почепцов Г. Развитие медиа и «цифровая дипломатия» с точки зрения Алека Росса [Електронний ресурс] / Г. Почепцов. – Режим доступу: <http://psyfactor.org/lib/media11.htm>.
15. Тихомирова Є. Б. Стратегічні комунікації як один з пріоритетів глобальної стратегії зовнішньої політики і безпеки // Міжнародні відносини. Серія «Політичні науки». – №14 (2017) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/issue/view/175
16. Інноваційний потенціал України в міжнародних відносинах. Монографія / [С. А. Макаренко, М. М. Рижков, О. П. Кучмій, О. М. Фролова та ін.]. – К.: Центр вільної преси, 2014. – 294 с.
17. EU strategic communication to counteract anti-EU propaganda by third parties. European Parliament resolution of 23 November 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+TA+P8-TA-2016-0441+0+DOC+PDF+V0//EN>
18. Карпчук Н. Засади комунікаційної політики: досвід країн-членів Європейського Союзу: [монографія] / Н. Карпчук. – Луцьк: Вежа-Друк, 2015. – 440 с.
19. Foreign & Commonwealth Office [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.gov.uk/government/organisations/foreign-commonwealth-office>
20. Use of social media in EU communication [Електронний ресурс] // European Commission – 2014. – Режим доступу: http://ec.europa.eu/tpg/go_live/web2_0/index_en.htm
21. Johnson B. Uniting for a Great Brexit: Foreign Secretary's speech [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.gov.uk/government/organisations/foreign-commonwealth-office>
22. Програма уряду Великої Британії «Імідж Сполученого Королівства». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://files.fco.gov.uk/info/panel2000/consult.pdf>
23. Kultur und interkultureller Dialog [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.auswaertiges-amt.de/DE/Aussenpolitik/KulturDialog/Uebersicht_node.html.
24. Twitterkanäle für das AA [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.auswaertiges-amt.de/>
25. Infographie «Le ministère des Affaires étrangères et du Développement international (MAEDI) en chiffres» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/le-ministere-et-son-reseau/le-ministere-des-affaires-22556/article/infographie-le-ministere-des-103268>.

26. Diplomatie numérique [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.diplomatie.gouv.fr/ru/vneshnyaya-politika/cifrovayadiplomatiya/evnenements/article/diplomatie-numerique-lancement-de-la-version-russophone-de-twitter-et-de-fd-09>

27. La francophonie [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/francophonie-et-langue-francaise/la-francophonie-20244>

28. Italian Tourism Official Website / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.italia.it/en/home.html>

29. Il ministro cinguetta: Terzi e la tweet-diplomazia [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.corriere.it/politica/11-novembre-25/ministro-terzi-twitter-farnesin-frattini_67bd7af8-1759-11e1-8448-ba9de42f6fce.shtml?refresh_ce-cp

30. Дипломатическая служба Италии [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mgimo.ru/files/36577/Diplomatia-Italii.pdf>

31. Malta: the EU leading slacker on foreign policy – European Council on Foreign Relations [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.independent.com.mt/articles/2015-02-14/local-news/Malta-the-EU-leading-slacker-on-foreign-policy-European-Council-on-Foreign-Relations-6736130635>

32. Ministry for Foreign Affairs and Trade Promotion [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://foreignaffairs.gov.mt/en/Pages/Home.aspx>

33. Malta–Public Diplomacy Overview [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://publicdiplomacy.wikia.com/wiki/Malta>

34. The media, the social media – the effects and consequences [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.independent.com.mt/articles/2018-02-27/blogs-opinions/The-media-the-social-media-the-effects-and-consequences-6736185361>

References

1. The Global Technology Revolution 2020, In-Depth Analyses (Bio/Nano/Materials/Information Trends, Drivers, Barriers, and Social Implications) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/technical_reports/2006/RAND_TR303.pdf

2. Komunikativni trendy mizhnarodnyh vidnosyn. Kolektyvna monografija / Makarenko Je. A., Ryzhkov M. M., Pipchenko N. O. ta inshi. – K.: Centr vil'noi' presy, 2016. – 614 s.

3. Roselle L. Foreign Policy and Communication / Laura Roselle [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://internationalstudies.oxfordre.com/view/10.1093/acrefore/9780190846626.001.0001/acrefore-9780190846626-e-184?rskey=3YtByQ&result=6>

4. Davison P. W. Political communication as an instrument of foreign policy / P. W. Davison. – Public Opinion Quarterly, Vol.27, Is.1, 1 January 1963, P.28–36. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://doi.org/10.1086/267147>

5. Kondratov A. I. Kommunikacii v sisteme mezhdunarodnyh otoshenij / A. I. Kondratov. – Vestnik Voennoho universiteta. – 2011. – №1 (25). – S.85–90. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikatsii-v-sisteme-mezhdunarodnyh-otoshenij>

6. Mizhnarodna informacija: terminy i komentari. Navchal'nyj posibnyk / Makarenko Je. A., Ryzhkov M. M., Kuchmij O. P., Frolova O. M. – Vyd.3–e, dopovn. ta pererobl. – K.: Centr vil'noi' presy, 2017. – 534 s.

7. Zovnishn'opolitychni komunikativni tehnologii'. Pidruchnyk / Je. A. Makarenko, M. M. Ryzhkov, N. O. Pipchenko ta inshi. – K.: Centr vil'noi' presy, 2016. – 416 s.

8. Brown R. Diplomacy, Public Diplomacy and Social Networks [Електронний ресурс] / R. Brown // Institute of Communications Studies. – University of Leeds. – Режим доступу: http://www.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/4/1/3/0/7/pages413076/p413076-1.php

9. Facebook diplomacy: peace may be just a click away [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.enews.ma/facebook-diplomacy_i110442_7.html

10. Panteljejev Je. Zovnishnja polityka ta innovacijna dypomatija [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://interaffairs.ru/news/show/9033>

11. Kopijka V. V. Dypomatija informacijnoi' doby / V. V. Kopijka // Materialy mizhnarodnoi' naukovoї konferencii' «Mizhnarodna informacija: konceptual'ni ta prykladni vymiry». – K.: Kyi'vs'kyj nacional'nyj universytet imeni Tarasa Shevchenka, Instytut mizhnarodnyh vidnosyn, 2013 – S.4–6.

12. Pipchenko N. O. Social'ni media u strukturi zovnishn'oi' polityky providnyh mizhnarodnyh aktoriv: Monografija / N. O. Pipchenko. – K.: Centr vil'noi' presy, 2014. – 334 s.

13. Pochepcev G. Novi media jak zasib mizhnarodnyh informacijnyh intervencij [Електронний ресурс] / G. Pochepcev // Mediagramotnist'. – Rezhym dostupu: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/13955>

14. Pochepcev G. Razvitie media i «cifrovaja diplomatija» s točki zrenija Aleka Rossa [Електронний ресурс] / G. Pochepcev. – Rezhym dostupu: <http://psyfactor.org/lib/media11.htm>

15. Tyhomyrova Je. B. Strategichni komunikacii' jak odyz z priorytetiv global'noi' strategii' zovnishn'oi' polityky i bezpeky // Mizhnarodni vidnosyn. Serija «Politychni nauky». – №14 (2017) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/issue/view/175

16. Innovacijnyj potencial Ukrai'ny v mizhnarodnyh vidnosynah. Monografija / [Je. A. Makarenko, M. M. Ryzhkov, O. P. Kuchmij, O. M. Frolova ta in.]. – K.: Centr vil'noi' presy, 2014. – 294 s.

17. EU strategic communication to counteract anti-EU propaganda by third parties. European Parliament resolution of 23 November 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+TA+P8-TA-2016-0441+0+DOC+PDF+V0//EN>

18. Karpchuk N. Zasady komunikacijnoi' polityky: dosvid kraїn-chleniv Jevropejs'kogo Sojuzu: [monografija] / N. Karpchuk. – Luc'k: Vezha–Druk, 2015. – 440 s.

19. Foreign & Commonwealth Office [Електронний ресурс]. – Rezhym dostupu: <https://www.gov.uk/government/organisations/foreign-commonwealth-office>

20. Use of social media in EU communication [Електронний ресурс] // European Commission – 2014. – Rezhym dostupu: http://ec.europa.eu/ipg/go_live/web2_0/index_en.htm

21. Johnson B. Uniting for a Great Brexit: Foreign Secretary's speech [Електронний ресурс]. – Rezhym dostupu: <https://www.gov.uk/government/organisations/foreign-commonwealth-office>

22. Programa urjadu Velykoi' Brytanii' «Imidzh Spoluchenogo Korolivstva». [Електронний ресурс]. – Rezhym dostupu: <http://files.fco.gov.uk/info/panel2000/consult.pdf>

23. Kultur und interkultureller Dialog [Електронний ресурс]. – Rezhym dostupu: http://www.auswaertiges-amt.de/DE/Aussenpolitik/KulturDialog/Uebersicht_node.html

24. Twitterkanäle für das AA [Електронний ресурс]. – Rezhym dostupu: <https://www.auswaertiges-amt.de/de/>

25. Infographie «Le ministère des Affaires étrangères et du Développement international (MAEDI) en chiffres» [Електронний ресурс]. – Rezhym dostupu: <http://www.diplomatie.gouv.fr/le-ministere-et-son-reseau/le-ministere-des-affaires-22556/article/infographie-le-ministere-des-103268>

26. Diplomatie numérique [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.diplomatie.gouv.fr/ru/vneshnyaya-politika/cifrovayadiplomatiya/evnenements/article/diplomatie-numerique-lancement-de-la-version-russophone-de-twitter-et-de-fd-09>

27. La francophonie [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/francophonie-et-langue-francaise/la-francophonie-20244>

28. Italian Tourism Official Website / [Електронний ресурс]. – Rezhym dostupu: <http://www.italia.it/en/home.html>

29. Il ministro cinguetta: Terzi e la tweet-diplomazia [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.corriere.it/politica/11-novembre-25/ministro-terzi-twitter-farnesin-frattini_67bd7af8-1759-11e1-8448-ba9de42f6fce.shtml?refresh_ce-cp

30. Diplomaticheskaja sluzhba Italii [Електронний ресурс]. – Rezhym dostupu: <http://www.mgimo.ru/files/36577/Diplomatia-Italii.pdf>

31. Malta: the EU leading slacker on foreign policy – European Council on Foreign Relations [Електронний ресурс]. – Rezhym dostupu: <http://www.independent.com.mt/articles/2015-02-14/local-news/Malta-the-EU-leading-slacker-on-foreign-policy-European-Council-on-Foreign-Relations-6736130635>

32. Ministry for Foreign Affairs and Trade Promotion [Електронний ресурс]. – Rezhym dostupu: <https://foreignaffairs.gov.mt/en/Pages/Home.aspx>

33. Malta–Public Diplomacy Overview [Електронний ресурс]. – Rezhym dostupu: <http://publicdiplomacy.wikia.com/wiki/Malta>

34. The media, the social media – the effects and consequences [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.independent.com.mt/articles/2018-02-27/blogs-opinions/The-media-the-social-media-the-effects-and-consequences-6736185361>

Slobodianiuk O. G., PhD student at the Department of International Information, Institute of International Relations of Taras Shevchenko National University of Kyiv (Ukraine, Kyiv), egyptuhova@gmail.com

Transformation of communications foreign European countries in the modern era

The article deals with the theories and concepts of foreign policy communications of the leading European countries as an innovative tool of international interaction, analyzes the effectiveness of the influence of foreign policy of European actors on international relations, defines the functional characteristics of the communicative practice of external relations in the modern world.

Keywords: *foreign policy communications, international relations, communicative instruments of diplomacy, countries of Europe, Ukraine.*

* * *

УДК 316.334.3:316.77:004.774.6

Щедрова Г. П.,

доктор політичних наук, професор,
завідувач кафедри політології та міжнародних
відносин, ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля»
(Україна, Дніпро), galinashed@gmail.com

БЛОГІНГ ЯК ЗАСІБ ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ: ТЕОРЕТИЧНИЙ ТА ПРИКЛАДНИЙ АСПЕКТИ

Проаналізовано поширеність політичних блогів, їхні мету, різновиди та форми, потенціал як засобів політичної комунікації. Визначено політичні контексти використання блогінгу у галузі public relations. Спираючись на відповідні аспекти соціальних онлайн-медіа, дано визначення поняттю «політичний блогінг». Виокремлено напрями, які визначають цілі політичного блогінгу. Описано різновиди блогів – блогхостинг та автономні блоги. Визначено характеристики блогосфери та стан її розвитку в Україні, зокрема на рівні використання політичними акторами. Досліджено українські політичні блоги, специфіку ведення блогів політичними лідерами України. Сформульовано рекомендації щодо оптимізації блогінгу як засобу політичної комунікації та каналу поширення соціально-політичної інформації.

Ключові слова: *політичний блогінг, політичний блог, блогосфера, блогінг, політична комунікація, соціальні медіа, public relations.*

Політична комунікація як соціально-інформаційне поле політики останнім часом почала відходити від традиційного набору засобів. Так, поряд зі ЗМІ й неформальними каналами, нові інструменти з відчутним ефектом впливу продукує інформаційне суспільство із розвиненою мережею Інтернет. Політичні актори, не відмовляючись від живого спілкування й обміну думками, трансформували контакти з прихильниками й опонентами в онлайн-комунікацію. Новою ж дієвою платформою для презентації своїх думок, позицій, заяв і аргументів стала блогосфера.

Блоги, як текстові, так і відеоблоги, почали досліджувати не так давно, а наукові пошуки щодо зазначеної тематики у рамках політології знаходяться на початковому етапі. Вітчизняна політична наука зосередила свою увагу на дослідженні потенціалу блогосфери як політичного інструменту комунікації. Так, блогосферу як автокомунікативну технологію досліджує А. Досенко, вітчизняну блогосферу – Ю. Половинчак, глобальну політичну блогосферу – О. Зернецька, статус і призначення політичних блогів – Н. Стеблина та ін. Важливим залишається вивчення аспектів політичної комунікації (Ю. Ганжуров, Ю. Рубан), зокрема в умовах інформаційного суспільства (Н. Громадська, С. Жданенко, М. Остапенко), та подальші дослідження таких її засобів як соціальні медіа та соціальні мережі (А. Зуйковська, О. Онищенко, А. Янченко).

Поштовхом до появи нових форм, видів і засобів політичної комунікації слугувало поширення і доступність мережі Інтернет. На думку Н. Громадської, головними перевагами Інтернету є гіпермедійне представлення інформації, значно ширший її масштаб, відсутність будь-яких територіальних або часових обмежень поширення чи отримання інформації, низька вартість аудиторного контакту, висока оперативність інформування [3, с. 55]. Такі властивості Інтернету не могли не знайти відгуку у комунікаційній складовій політичної сфери, особливо у реалізації завдань public relations. Враховуючи, що кількість інтернет-користувачів у світі зросла з 29% (2010 р.) до 53% (2018 р.), а в Україні станом на 2017 р. цей показник сягнув 66%, політика вийшла на новий рівень спілкування з громадськістю – онлайн-комунікацію [5; 7].

Поруч із рядовими користувачами активними дописувачами у соціальних мережах й інших онлайн-медіа стали політичні сили і політики різних рівнів. Загальною рисою входження політичної складової в інтернет-простір стало копіювання вже існуючих форм мережевої комунікації. Йдеться, зокрема, про використання поштових розсилок, реєстрацію у соціальних мережах, участь в інтернет-флешмобах, ведення блогів. Платформою для реалізації та розвитку останніх є блогосфера як сукупність усіх блогів у форматі соціально-комунікативної мережі.

Наразі поняття «блог» та похідні від нього й досі не категоризовані політичною наукою. Відтак, варто окреслити сутність цих термінів. Так, поняття «блог» походить від англійського «weblog» (logging the web – «записувати події в мережі»). Вперше його використав американський програміст Й. Баргер у 1997 р. для позначення мережевого щоденника. У 1999 р. за авторства П. Мерхольця термін «weblog» було розділене на «we» та «blog» [1]. Згодом засновник мереж Blogger і Twitter Е. Уільямс став використовувати тільки слова «blog», «blogger» і «blogging», а весь світ ретранслював ці поняття у національних транслітераціях. Відтак, сучасна інтернет-термінологія дала початок таким категоріям, як:

- блог – мережевий щоденник;
- пост – допис у блозі;
- блогер – людина, що веде блог;
- блогінг – процес ведення блогу;
- блогосфера – сукупність усіх блогів.

Спираючись на відповідні аспекти соціальних онлайн-медіа, можна визначити, що політичний блогінг – це процес фіксації певних соціально-політичних подій і явищ в онлайн-щоденнику (блозі) з одночасною презентацією оціночного судження щодо них або із закликом їх оцінити.

Блогосфера як частина комунікативного простору, характеризується низкою специфічних рис, таких як глобальність і демократизм: розмиті межі форм спілкування (відсутність чітких політичних, державних, економічних, соціальних і вікових обмежень) створюють можливості для включеності користувачів зі всього світу, міжкультурної, масової та міжособистісної комунікації [10, с. 100]. На нашу думку, характеризуючи риси блогосфери, варто наголосити й на таких її особливостях, як:

– суб'єктивність – висловлена позиція автора зазвичай відірвана від думки групи і представляє погляд певного актора, наприклад, індивідуального політика;