

Міністерство освіти і науки України
Чорноморський національний університет імені Петра Могили
Факультет політичних наук
Кафедра міжнародних відносин та зовнішньої політики

МЕДІА-ДИПЛОМАТІЯ РЕСПУБЛІКИ ПОЛЬЩА

АВТОРЕФЕРАТ

дипломної роботи

на здобуття освітнього ступеню «магістр»

Виконав:

студент VI курсу групи 691

Галузь знань: 29 «Міжнародні відносини»

Спеціальність: 291 «Міжнародні
відносини, суспільні комунікації та
регіональні студії»

Рудюк Андрій Миколайович

Науковий керівник:

кандидат політичних наук

Тихоненко Ірина Вікторівна

Миколаїв – 2019

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Міжнародні відносини у XXI ст. характеризуються появою та розвитком нових методів реалізації зовнішньої політики держави серед яких чільне місце посідає медіа-дипломатія. Республіка Польща досить активно використовує медіа-дипломатію як інструмент створення позитивного іміджу держави та зміцнення її позицій як на регіональному (участь у Європейському Союзі), так і глобальному рівнях системи міжнародних відносин.

Польська медіа-дипломатія почала стрімко розвиватись з 2011 р., коли за ініціативи голови Ради міністрів Д. Туска було створено Міністерство адміністрації і цифризації Польщі, яке у 2015 р. було реорганізовано у Міністерство цифризації. Метою установи стало впровадження інформаційно-комунікативних технологій у діяльність дипломатичної служби Польщі та впливу на громадську думку за кордоном з урахуванням своїх національних інтересів.

Вивчення та аналіз медіа-дипломатії Польщі дозволить виокремити позитивний досвід провадження використання медіа засобів (як традиційних – преса, радіо та телебачення, так і нових – соціальних мереж) польською дипломатичною службою, як інструменту позиціонування на міжнародній арені. Адже, у сучасній світовій політиці провідні актори все більше використовують так звану твітплатію та селфі-дипломатію.

Варто наголосити, що використання медіа засобів офіційною Варшавою у зовнішньополітичній сфері було активним та мало позитивний результат у період набуття Польщею членства в ЄС. Зокрема, можливе перейняття такого досвіду використання інформаційних засобів Республікою Польща у зовнішньополітичній та дипломатичній сферах може бути корисним для України у її прагненні стати повноправним членом ЄС та більш ефективно позиціонувати на міжнародній арені.

Актуалізує тему дослідження активне використання Польщею медіа засобів на українському напрямі зовнішньої політики, що може бути

використане обома сторонами з метою нівелювання різного сприйняття історичних подій та створення сприятливих умов для міжнаціонального зближення.

Об'єктом дослідження виступає медіа-дипломатія у міжнародних відносинах.

Предметом є медіа-дипломатія Республіки Польща.

Територіальні рамки дослідження обмежені територіями Польщі, країн Європейського Союзу, України, Білорусі та США.

Хронологічні межі дослідження охоплюють період з 2003 по 2019 рр. *Нижня межа* – 2003 р. – пояснюється датою підписання договору про приєднання Республіки Польща до Європейського союзу та реалізацією медіа-дипломатії Польщі у відносинах з євроспільнотою. *Верхня межа* – 2019 р. – сучасним етапом розвитку медіа-дипломатії Республіки Польща, зокрема, широким впровадженням сучасних інформаційних технологій в усіх напрямках діяльності польської дипломатичної служби, а також активною участю Польщі в розробці спільної стратегії медіа-дипломатії серед країн-членів Європейського Союзу.

Мета роботи полягає в дослідженні специфіки використання медіа сфери дипломатичною службою Республіки Польща.

Для досягнення мети, автор сформулював такі **завдання**:

- охарактеризувати стан наукової розробки проблеми у вітчизняній та зарубіжній міжнародно-політичній науці та джерельну базу дослідження;
- розглянути теоретико-методологічні основи дослідження;
- проаналізувати нормативно-правову базу та інституційні механізми забезпечення медіа-дипломатії Республіки Польща;
- визначити роль польських інформаційних служб та нових медіа у реалізації дипломатичної діяльності Республіки Польща;
- дослідити використання медіа засобів польської дипломатії як інструменту позиціонування у світі;

- проаналізувати медіа-дипломатію Польщі у контексті європейської публічної дипломатії та позиціонування держави в ЄС;
- виявити особливості українського напрямку в зовнішній політиці Польщі крізь призму медіа-дипломатії.

Наукова новизна роботи визначається, передусім недостатньою розробленістю теми у вітчизняній науці і полягає у тому, що у магістерській роботі:

- здійснено комплексне дослідження нормативно-правової бази та інституційного механізму медіа-дипломатії Республіки Польща;
- охарактеризовано традиційні (інформаційні служби – радіо та телебачення) та нові медіа (соціальні мережі та мікроблоги) як інструменти, що використовуються польською дипломатичною службою у реалізації зовнішньої політики держави;
- досліджено специфіку імплементації медіа-дипломатії Польщі, зокрема у контексті еволюції та реалізації відносин з ЄС, що виявляється доречним досвідом для України у її євроінтеграційних прагненнях, а також з'ясовано ефективність використання медіа засобів польською дипломатією на українському напрямі.

Методологія та методи дослідження магістерської роботи зумовлені вибором об'єкту і предмету дослідження, метою і поставленими у вступі завданнями. У роботі автор використав інформаційний, компаративний, інституційний, комплексний підходи, а також автор керувався принципами об'єктивності, конкретності та системності, що дозволило детально та всебічно дослідити медіа-дипломатію Польщі.

Вагому роль при проведенні дослідження відіграв принцип системності, що дозволив розглянути медіа-дипломатію Польщі у контексті дипломатичних інструментів реалізації зовнішньої політики держави, а також у системі європейської публічної дипломатії.

Під час проведення дослідження автор використав такі загальнонаукові методи: контент-аналізу, індукції та дедукції, описовий, ретроспективний,

компаративістський, узагальнення та групування. Зокрема, історичний і логічний методи було використано для теоретико-методологічного аналізу джерел при визначенні сутнісних характеристик ключових понять дослідження та розвитку нормативно-правової бази медіа-дипломатії Польщі. Метод класифікації використовувався при аналізі джерел та літератури, а також виявлення основних видів ЗМІ, що використовуються як інструменти медіа-дипломатії. Метод періодизації дозволив виокремити етапи у розвитку інформаційних служб Польщі.

З метою визначення рівня ефективності у використанні дипломатичною службою Польщі традиційних та нових медіа, зокрема, представлення дипломатичних представництв Польщі за кордоном у соціальних мережах було застосовано компаративний підхід. Зокрема, метод контент-аналізу було використано задля аналізу офіційних документів, публікацій в ЗМІ та особистих профілів державних діячів в соціальних мережах. За допомогою методу групування було виділено традиційні та нові медіа, що використовуються польською дипломатичною службою. Було застосовано метод аналізу та синтезу під час опрацювання наявної літератури та джерельної бази.

Комплексне використання різноманітних методів та підходів у роботі сприяло більш об'єктивному дослідженню теми.

Практичне значення полягає в тому, що дана робота роботи полягає в тому, що її написано з науковою і навчальною метою та адресовано студентам, аспірантам та викладачам гуманітарних факультетів, отримані у роботі результати можуть бути використані при викладанні навчальних курсів, зокрема, «Основи дипломатії», «Зовнішня політика країн Центрально-Східної Європи», «Українсько-польські відносини», тощо.

Апробація результатів дослідження відбулася на 3-х науково-практичних конференціях, зокрема, XXI всеукраїнській науково-методичній конференції «Могилянські читання-2018»: досвід та тенденції розвитку суспільства в Україні: глобальний, національний та регіональний

аспекти» (м. Миколаїв, 12-17 листопада 2018 р.); Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Міжнародні відносини: історія, теорія та практика» (м. Суми, 28 лютого 2019 р.); XII Всеукраїнській науково-практичній конференції студентів і молодих учених «Південна Україна у міжнародних відносинах: історія та сучасність» (м. Миколаїв, 24-25 травня 2019 р.).

Публікації:

1. Рудюк А. М. Медіа дипломатія як інструмент зовнішньополітичного впливу держави // Могилянські читання – 2018: досвід та тенденції розвитку суспільства в Україні: глобальний, національний та регіональний аспекти: XXI Всеукр. наук-метод. конф.: тези доповідей Політична наука в Україні та зарубіжжі. Міжнародні відносини та світова політика. Миколаїв, 12-17 листопада 2018 р. С. 48-50.

2. Рудюк А. М. Відносини з Білоруссю як об'єкт медіа дипломатії Республіки Польща // Матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Міжнародні відносини: історія, теорія та практика». Суми, 28 лютого 2019 р. С. 132-134.

3. Рудюк А. М. Український вектор польської медіа дипломатії // Південна Україна у міжнародних відносинах: історія та сучасність. Миколаїв, 24-25 травня 2019 р. С. (подано до друку).

4. Тихоненко І. В., Рудюк А. М. Використання соціальних мереж дипломатичною службою Республіки Польща // Вісник НТУУ «КПІ». 2019. № 4 (40). С. 57-61.

Структура роботи відбиває поставлені перед дослідженням цілі та завдання. Загальний обсяг її становить 156 сторінок, з них основного тексту – 128 сторінок. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку джерел та літератури (215 найменувань українською, російською, англійською та польською мовами) та додатків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДОСЛІДЖЕННЯ

У вступі обґрунтовано актуальність обраної теми, визначено об'єкт, предмет, мету, основні завдання, територіальні та хронологічні межі, методологію та методи дослідження, розкрито наукову новизну, практичне значення дослідження та структуру роботи.

У першому розділі **«Теоретико-методологічна та джерельна база дослідження»** подається аналіз стану наукової розробки та джерельної бази, проаналізовано теоретико-методологічні основи дослідження медіа-дипломатії Польщі. Розділ включає в себе три підрозділи.

У підрозділі 1.1 «Стан наукової розробки поняття «медіа-дипломатія» у вітчизняній та зарубіжній науковій школі» з'ясовано, що в працях українських та зарубіжних вчених достатньо уваги приділено теоретичним аспектам дослідження медіа-дипломатії у міжнародних відносинах, проте, недостатньо дослідженою є саме медіа-дипломатія як інструмент реалізації зовнішньої політики Республіки Польща. Переважна більшість літератури представлена польськомовними науковими працями, що зумовлено підвищеним інтересом польської сторони до предмету дослідження.

Серед українських науковців цінність для дослідження мали праці К. І. Булеги, Ю. В. Палагнюка, І. В. Прокопенка, Я. В. Турчин, І. Ю. Чарських, В. Г. Ціватого. Західна наукова школа представлена працями А. Діа, К. Б'йола, І. Меліссена, Б. Сміта, які акцентують увагу на вагомості ЗМІ та соціальних мереж у зовнішній політиці держави.

У підрозділі 1.2 «Джерельна база дослідження» розглянуто основу, що складає різноманітний за видами, походженням, змістом, формою та науковою цінністю комплекс джерел, умовно поділених на кілька груп: офіційні документи уряду, офіційні документи міжнародних організацій, офіційні виступи та заяви політичних діячів і державних службовців, статистичні довідники, публікації ЗМІ, офіційні сторінки державних діячів та відомств в соціальних мережах.

У підрозділі 1.3 «Теоретико-методологічні основи дослідження» зазначено, що під час даного дослідження були використані такі принципи: об'єктивності, конкретності, термінологічний та системний, а також інформаційний, компаративний та інституційний, комплексний та аксіологічний підхід. Автор спирався на загальнонаукові методи, серед них були використані такі методи як: аналізу, синтезу, індукції та дедукції, періодизації, компаративістський, ретроспективний, контент-аналіз, описовий, узагальнення та групування.

У другому розділі «Інструменти та механізми медіа-дипломатії Республіки Польща» проаналізовано нормативно-правову базу та інституційні механізми забезпечення медіа дипломатії Польщі, розкрито особливості функціонування польських інформаційних служб та висвітлено основні принципи використання нових медіа, як інструменту втілення віртуальної дипломатії Республіки Польща.

У підрозділі 2.1 «Нормативно-правова база та інституційний механізм забезпечення медіа-дипломатії Польщі» виявлено, що нормативно-правова база забезпечення медіа дипломатії, складається як з внутрішньодержавних документів, так і з міжнародних договорів, конвенцій та документів ЄС, які стали основою внутрішнього законодавства Інституційний механізм забезпечення медіа-дипломатії Польщі включає в себе: Міністерство закордонних справ, Міністерство цифризації, Департамент закордонних справ. Чільне місце у цій структурі відведено мережі Польських інститутів. В багатьох містах на дані Інститути покладається завдання відділів з питань культури та науки польських посольств. Серед них: Польський Інститут Кіномистецтва, Інститут Книги та Інститут Адама Міцкевича.

У підрозділі 2.2 «Інформаційні служби Республіки Польща» було розкрито особливості використання інформаційних служб в польській зовнішньополітичній діяльності. Зокрема, Польща активно використовує класичні інструменти медіа дипломатії, такі як радіо, преса та телебачення.

Основні зусилля польського уряду в галузі телевізійних і радіомовних проектів спрямовані сьогодні на країни які безпосередньо є сусідами Польщі та на ті країни, в яких проживають найбільші польські діаспори.

У підрозділі 2.3 «Нові медіа як інструмент втілення віртуальної дипломатії» зазначено що з метою охопити різноманітні верстви суспільства, польська дипломатична служба почала активно впроваджувати в свою діяльність сучасні медіа інструменти (соціальні мережі та сервіси мікроблогінгу). Також польські дипломати та експерти міністерства закордонних справ почали вести власні блоги. Аналізуючи діяльність польських дипломатів в соціальних мережах, виявлено, що дипломатична комунікація за допомогою нових медіа здійснюється на трьох рівнях – між дипломатами, серед дипломатів і ЗМІ та між дипломатами і користувачами соціальних мереж.

У третьому розділі **«Імплементація медіа-дипломатії у зовнішньополітичній діяльності Республіки Польща»** було розкрито значення медіа засобів польської дипломатії, як інструменту позиціонування у світі, проаналізовано польську медіа дипломатію в контексті європейської публічної дипломатії та здійснено аналіз українського напрямку в зовнішній політиці Польщі крізь призму медіа-дипломатії.

У підрозділі 3.1 «Медіа засоби польської дипломатії як інструмент позиціонування у світі» виявлено, що медіа засоби відіграють важливу роль у створенні привабливого образу держави та допомагають в реалізації національних інтересів, шляхом формування сприятливої громадської думки за кордоном. Виявлено, що зовнішньополітичне відомство Польщі докладас значних зусиль для створення власного бренду держави, та його популяризації на світовій арені про що свідчать досить часті рекламні кампанії в пресі, на телебаченні та в соціальних мережах.

У підрозділі 3.2 «Польська медіа-дипломатія в контексті європейської публічної дипломатії та позиціонування держави в ЄС» виявлено що Республіка Польща в межах Європейського Союзу докладас значних зусиль в

розробці єдиної стратегії використання медіа-дипломатії як інструмента зовнішньої політики. Польська дипломатія розуміє, що сьогодні Європейський союз, не може говорити одним голосом на міжнародній арені, саме тому Польща докладася великих зусиль в розробці єдиної зовнішньої політики Європейського союзу, насамперед в сфері популяризації європейських, демократичних цінностей та свободи слова.

У підрозділі 3.3 «Український напрям в зовнішній політиці Польщі крізь призму медіа дипломатії» визначено, що головною метою польської медіа-дипломатії щодо України є формування позитивного іміджу Польщі та її громадян. Проте сьогодні в українського та польського населення присутня проблема стереотипів, яка негативно впливає на відносини між двома країнами. Виявлено, що за допомогою медіа-дипломатії Польща намагається вирішити цю проблему та змінити ставлення українців як до сучасної Польщі, так і до минулого, яке наклало негативний відтінок на взаємини двох держав.

У **висновках** узагальнено головні результати поведеного дослідження:

1. Охарактеризовано стан наукової розробки проблеми у вітчизняній та зарубіжній міжнародно-політичній науці та джерельну базу дослідження. Зокрема, було виявлено, що в українській міжнародно-політичній науці існує теоретична база дослідження медіа-дипломатії у міжнародних відносинах, проте не є достатньо наукових розвідок щодо імплементації медіа-дипломатії, як власне Польщею, так і іншими державами. Серед праць польських науковців присутня низка досліджень орієнтованих на аналіз викликів медіа-дипломатії та її ролі у сучасному інформаційному світі. Проте, залишаються недостатньо дослідженими інструменти реалізації медіа-дипломатії. Російські науковці досліджують появу та розвиток медіа-дипломатії в контексті публічної дипломатії, а західна наукова школа акцентує увагу на глобальних акторах, однак, недостатнім є дослідження медіа-дипломатії як інструменту зовнішньополітичної діяльності порівняно малих держав, зокрема Польщі.

2. Розглянуто теоретико-методологічні основи дослідження. До понятійно-категоріального апарату даного дослідження, було залучено поняття, які в своїй природі та в контексті дослідження є взаємопов'язаними – «зовнішня політика» та «дипломатія». Зокрема, категорія «зовнішньополітичний курс» має у своїй основі національний інтерес, а інструментом його реалізації є дипломатія. У свою чергу, особливим видом зовнішньополітичної діяльності є «м'яка сила», до інструментів якої слід віднести публічну дипломатію та медіа-дипломатію. Також автор проаналізував принципи та підходи у дослідженні медіа-дипломатії Польщі. Зокрема, були використані такі принципи: об'єктивності, конкретності, термінологічний та системний принципи, також автор керувався інформаційним, компаративним, комплексним, аксіологічним та інституційним підходами.

3. Проаналізовано нормативно-правову базу та інституційні механізми забезпечення медіа-дипломатії Республіки Польща. Слід зазначити, що медіа-дипломатія Польщі підкріплена досить значною нормативно-правовою базою, яка містить в собі основні положення щодо характеру, особливостей та напрямків її реалізації, а також основні принципи використання інформаційного потенціалу зовнішньополітичним відомством. Автором було класифіковано дані документи за такими критеріями: документи прийняті Радою Європейського союзу та Європейським парламентом; документи прийняті Генеральною Асамблеєю ООН; внутрішньодержавні документи та документи урядових організацій. Щодо інституційного механізму, то він насамперед представлений Міністерством закордонних справ, Міністерством цифризації, Департаментом закордонних справ та широкою мережею Польських культурних інститутів, які є компетентними центрами промоції Польщі за кордоном.

4. Визначено роль польських інформаційних служб та нових медіа у реалізації дипломатичної діяльності Республіки Польща. Слід зазначити, що серед традиційних інструментів польської медіа дипломатії, найбільша

перевага віддається саме пресі та радіомовленню, що зумовлено низькими фінансовими витратами на їх функціонування. Напрямок їх використання, здебільшого спрямований на країни, які є безпосередніми сусідами Польщі або мають значну польську діаспору, зокрема, країни ЄС. Сьогодні серед інструментарію польської дипломатії наявні такі соціальні мережі як Twitter, Facebook, Flickr та Youtube. Даними сервісами користуються Міністерство закордонних справ, посольства Польщі, Польські культурні інститути, різні політичні діячі та дипломати.

5. Досліджено використання медіа засобів польської дипломатії як інструменту позиціонування у світі. Використання класичних і сучасних засобів масової інформації та інформаційно-комунікаційних технологій в польській зовнішньополітичній діяльності спрямоване насамперед на створення привабливого образу держави. Адже формування сприятливої громадської думки за кордоном допомагає в досягненні конкретних цілей у зовнішній політиці. Автором були проаналізовані численні рекламні кампанії Польщі в пресі, на телебаченні та в соціальних мережах. Поставлені перед ними завдання свідчать про намагання польського зовнішньополітичного відомства створити певний національний бренд держави, який повинен асоціювати Польщу з демократичною, інноваційною та розвиненою країною, що в кінцевому етапі сприятиме реалізації власних національних інтересів.

6. Проаналізовано медіа-дипломатію Польщі у контексті європейської публічної дипломатії та позиціонування держави в ЄС. Польська медіа-дипломатія відіграє значну роль в рамках Європейської публічної дипломатії, зокрема у відносинах з східними партнерами. З часу входу Польщі до ЄС, Варшавою було здійснено низку медіа-кампаній зі створення позитивного образу Польщі в євроспільноті. Однак, слід наголосити, що найбільшою слабкістю медіа-дипломатії Польщі в рамках публічної дипломатії ЄС, як і у випадку класичної дипломатії, є відсутність скоординованих дій між країнами. Незважаючи на прийняті законодавчі заходи, ЄС ще не розробив єдину стратегію просування європейських ідей та

цінностей шляхом використання медіа сфери та Інтернету. Польща докладас значних зусиль для створення єдиної цифрової стратегії, адже вона може значно поліпшити і оптимізувати механізми спільної зовнішньої політики, що призведе до збільшення ролі ЄС на міжнародній арені.

7. Виявлено особливості українського напрямку в зовнішній політиці Польщі крізь призму медіа-дипломатії серед яких варто наголосити на наступних. По-перше, Польща зацікавлена в європейській Україні, саме тому польська медіа-дипломатія щодо України, головним чином спрямована на формування позитивного іміджу як Польщі та і всього Європейського союзу в українському суспільстві. Дані наміри викликані тим, що Польща прагне мати партнерів, які сповідують однакові з нею цінності по обидві сторони польського кордону. По-друге, медіа-дипломатія Польщі на українському напрямі спрямована на подолання певних бар'єрів між державами. Зокрема, в польсько-українських відносинах досі залишаються певні розбіжності стосовно бачення історичних подій, які мали місце в житті двох народів (зокрема Волинської трагедії, постаті С. Бандери). Формування нових, позитивних настроїв серед українців, які повинні витіснити старі стереотипи, пов'язані з історичними протиріччями між державами є головним завданням польської медіа дипломатії у відношенні до України.

АНОТАЦІЯ

Рудюк А. М. Медіа-дипломатія Республіки Польща. – На правах рукопису.

Дипломна робота на здобуття освітнього ступеню «магістр». – Чорноморський національний університет імені Петра Могили. Миколаїв, 2019.

Республіка Польща досить активно використовує медіа-дипломатію як інструмент створення позитивного іміджу держави за кордоном. У роботі виявлено специфіку імплементації медіа-дипломатії Польщі, зокрема у контексті еволюції та реалізації відносин з ЄС, що виявляється доречним досвідом для України у її євроінтеграційних прагненнях.

У процесі дослідження було здійснено комплексний аналіз традиційних та нових медіа як інструментів, що використовуються польською дипломатичною службою у реалізації зовнішньої політики держави, а також з'ясовано ефективність використання медіа засобів польською дипломатією на українському напрямі.

Ключові слова: медіа-дипломатія, віртуальна дипломатія, нові медіа, соціальні мережі, ЗМІ, Республіка Польща, Україна.

SUMMARY

Rudiuk A. M. Media diplomacy of the Republic of Poland. – Manuscript.

Graduate work for obtaining an educational degree «master». Petro Mohyla Black Sea National University. – Mykolaiv, 2019.

The Republic of Poland actively uses media diplomacy as a tool to create a favorable image of the county abroad. Media diplomacy contributes to the strengthening of Polish position both at the regional (participation in the European Union) and global levels of the system of international relations.

The importance of this study is to identify the specifics of the implementation of media diplomacy in Poland, in particular in the context of the

evolution and implementation Polish relations with the EU, which is appropriate experience for Ukraine in its European integration aspirations.

The analysis of Polish media diplomacy will highlight the positive experience of the production of media (both traditional – press, radio and television, and new – social networks) by the Polish diplomatic service, as a tool for positioning in the international arena.

As a result, a comprehensive analysis of traditional and new media as tools used by the Polish diplomatic service in the implementation of the foreign policy of the state was carried out, as well as the effectiveness of the use of Polish media-diplomacy in the Ukrainian direction was analyzed. The author came to the conclusion that Polish media-diplomacy is the important tool of the realization of foreign policy.

Key words: media-diplomacy, virtual diplomacy, new media, social networks, mass media, Republic of Poland, Ukraine.