

ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ДИПЛОМАТИЧНОЮ СЛУЖБОЮ РЕСПУБЛІКИ ПОЛЬЩА

Тихоненко І. В.,

кандидат політичних наук,

старший викладач кафедри міжнародних відносин та зовнішньої політики

Чорноморського національного університету імені Петра Могили

Рудюк А. М.,

магістрант кафедри міжнародних відносин та зовнішньої політики

Чорноморського національного університету імені Петра Могили

У статті здійснено спробу аналізу ступеню присутності нових медіа в дипломатичній діяльності Республіки Польща. Авторами було виявлено високий рівень використання соціальних мереж та сервісів мікроблогінгу польськими дипломатами. На сучасному етапі польська дипломатія активно використовує такі сервіси, як Twitter, Facebook, Flickr та Youtube, з метою популяризації власної країни на світовій арені та реалізації зовнішньополітичного курсу. Виявлено специфічні риси використання даних сервісів та проаналізовано рівень ефективності взаємодії польської дипломатичної служби з інтернет-користувачами шляхом використання сучасних засобів інтернет-комунікації.

В статье предпринята попытка анализа степени присутствия новых медиа в дипломатической деятельности Республики Польша. Авторами был обнаружен высокий уровень использования социальных сетей и сервисов микроблогинга польскими дипломатами. На современном этапе польская дипломатия активно использует такие сервисы, как Twitter, Facebook, Flickr и Youtube, с целью популяризации собственной страны на мировой арене и реализации внешнеполитического курса. Выявлены специфические черты использования данных сервисов и проанализирован уровень эффективности взаимодействия дипломатической службы Республики Польша с интернет-пользователями путем использования современных средств интернет-коммуникации.

The article attempts to analyze the extent of the presence of new media in the diplomatic activities of the Republic of Poland. The authors revealed a high level of presence of social networks and services of microblogging in the diplomatic life of the Republic of Poland. Nowadays, Polish diplomacy is actively using such services as Twitter, Facebook, Flickr and Youtube as a tool to promote its own country in the world and realising foreign policy strategy. The specific features of using these services are investigated and the degree of efficiency of interaction between the diplomatic service of the Republic of Poland and Internet users through the use of modern Internet communication tools is analyzed.

Ключові слова: медіадипломатія, віртуальна дипломатія, Інтернет, соціальні мережі, нові медіа, Республіка Польща.

Постановка проблеми. У зв'язку з розвитком сучасних інформаційних технологій світ почав переживати фундаментальні та динамічні зміни. Ці зміни торкнулися і зовнішньополітичної сфери держав, насамперед діяльності дипломатичних служб. Республіка Польща не є винятком, навіть більше – саме ця держава активно почала використовувати нові медіа як інструмент реалізації своїх зовнішньополітичних прагнень. У ХХІ столітті дипломатія в безпрецедентних масштабах потребує «союзників» не тільки серед глав держав, урядів або впливових організацій, а й суспільства. З метою охопити різноманітні верстви суспільства дипломатичні служби почали використовувати певні сучасні інструменти – нові медіа (соціальні мережі, сервіси мікроблогінгу), що у науковому визначенні втілюється у віртуальну дипломатію. Польська дипломатія, використовуючи ці технології, намагається поширювати інформацію про країну і зміцнювати її позитивний імідж на міжнародній арені. На офіційних урядових порталах та офіційних сторінках польського уряду в соціальних мережах присутня інформація про позицію Польщі щодо міжнародно-політичної ситуації у світі, висвітлюються результати зустрічей та переговорів польських високопосадовців та діяльність дипломатичних представництв за кордоном. Усе це допомагає інформувати громадськість як у Польщі, так і за її межами. У підсумку такі дії дають змогу створити певний імідж держави на світовій арені.

Для України важливим є вивчення досвіду медіадипломатії Польщі, зокрема, використання соціальних медіа дипломатичною службою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженнями в сфері медіадипломатії займаються науковці по всьому світу, адже протягом короткого часу медіадипломатія зуміла зайняти вагоме місце в дипломатії різних країн світу. Серед вітчизняної наукової школи феномен медіадипломатії та його теоретичні особливості розглядали Я.В. Турчин [1], І.В. Прокопенко [2], К.І. Булега та І.Ю. Чарських [3]. Зокрема, Д.В. Воловик [4] у своїй праці загалом аналізує інформаційно-комунікаційний аспект дипломатичної діяльності, моделлю втілення якої може бути медіадипломатія. Загальний вплив медіадипломатії на зміну наявної ієрархії та розподіл влади між глобальними дипломатичними діячами в своїй праці розглядає О.О. Соколенко [5]. Н.П. Карпчук [6] досліджує медіадипломатію Польщі у період вступу держави до Європейського Союзу, зокрема, він розглядає інформаційно-комунікаційні кампанії, зорієнтовані на зовнішню громадськість, та їх підтримку на національному рівні.

Теоретичні та практичні особливості медіадипломатії досліджували російські (А.В. Долинський [7], І.В. Сурма [8]), європейські та американські (А. Діа [9], А. Террі [10]) науковці.

Досвід Республіки Польща у використанні нових медіа став об'єктом досліджень польських вчених – С. Скварка [11], Ю. Арендарської [12], Б. Піскорської [13].

Проте в українській науковій школі залишається недостатньо дослідженим рівень присутності польської дипломатичної служби в мережі Інтернет, зокрема в соціальних мережах.

Мета статті полягає в дослідженні ступеня використання соціальних мереж польською дипломатичною службою з метою реалізації зовнішньополітичного курсу держави, визначення особливостей взаємодії з громадськістю, рівня її ефективності.

Виклад основного матеріалу. Розвиток Інтернет, безумовно, вплинув на форму політичного спілкування на міжнародній арені. Протягом досить короткого часу дипломатичні служби світу почали широко використовувати такий інструмент зовнішньополітичної взаємодії, як соціальні медіа. Зовнішньополітична діяльність Польщі останнім часом розширює діапазон інструментів та механізмів у своїй дипломатичній діяльності. Варшава почала приділяти значну увагу саме медіадипломатії, яка спирається на нові технології в міжнародній комунікації, вагому частину яких становлять соціальні мережі та сервіси мікроблогінгу. Завдяки широкому впровадженню цих нових механізмів, Польщі вдалося розширити та збільшити свій вплив на громадську думку за кордоном з урахуванням своїх національних інтересів.

Популярність використання соціальних медіа дипломатами по всьому світу дозволила проаналізувати діяльність польської дипломатії у цій галузі. Слід підкреслити, що Міністерство закордонних справ Республіки Польща всебічно розпочало роботу в соціальних мережах, зокрема були створені офіційні профілі Міністерства на YouTube [14], Flickr [15] та Twitter [16]. Також польські дипломати та експерти міністерства закордонних справ почали вести власні блоги [17]. Аналізуючи діяльність польських дипломатів в соціальних мережах, можна стверджувати, 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 звіті польських дослідників Р. Яніка та А. Пітрудника [18] про використання сервісу мікроблогінгу «Twitter» вказується, що більше половини активних користувачів посилаються на інших осіб у своїх твіттах. У 15% опублікованих записів використовуються хеш-теги, які позначають певну тематику, а в 13% опублікованих записів містяться посилання на веб-сайти. Автори звіту після закінчення дослідження виявили, що Twitter – це засіб активного спілкування між його користувачами.

Відповідно до цього звіту виявлено, що найпопулярнішою сторінкою польської дипломатії є профіль колишнього Міністра закордонних справ Польщі Радослава Сікорського [19]. Цей профіль має більше одного мільйона підписників. У доповіді зазначається, що твітти Р. Сікорського в основному написані офіційним стилем, але є і приватні записи, пов'язані з сім'єю та друзями. Іноді міністр публікує суперечливі твітти, наприклад, запис про можливі зміни в цінах на газ в Польщі, який був опублікований до оголошення офіційних результатів переговорів з цього питання. Сікорський є активним користувачем Twitter (з моменту його реєстрації в профілі розміщено 30 тисяч твітів).

Друге місце серед найбільших профілів польської дипломатії в сервісі мікроблогінгу «Twitter» посідає офіційний профіль Міністерства закордонних справ Польщі [16], який має 70 тисяч підписників. Також слід підкреслити високий рівень взаємозв'язку між сторінкою Міністерства закордонних справ та іншими сторінками польської дипломатії. Сторінка Міністерства відстежує понад 150 сторінок польських дипломатичних місій. Сторінка Міністерства є досить активною, зокрема, з моменту реєстрації в профілі розміщено 32 000 твітів. Дана сторінка регулярно публікує свої власні дописи. Крім того, вона пересилає вибрані записи зі сторінок польських дипломатичних місій, що значно впливає на їхнє поширення. Інформація, яка публікується, здебільшого написана офіційним стилем.

Двадцять п'ять польських посольств, розташованих у країнах ЄС, мають офіційний обліковий запис у сервісі мікроблогінгу Twitter. Вивчаючи інформацію, опубліковану через офіційні облі-

кові записи посольств, можна виділити дві основні групи профілів. Перша група – профілі польських посольств в Австрії, Болгарії, Чехії, Естонії, Франції, Нідерландах, Литві, Німеччині, Португалії, Румунії, Швеції та Великобританії, характеризується публікацією великої кількості твіттів і систематично продовжує це робити. Друга група досить рідко, порівняно з першою групою, публікує твітти. До неї входять профілі польських посольств у Бельгії, Кіпрі, Данії, Фінляндії, Греції, Іспанії, Ірландії, Люксембурзі, Латвії, Словаччині, Словенії, Угорщині та Італії.

Найбільш активним профілем є профіль посольства Республіки Польща у Великобританії [20]. Аналіз твіттів, опублікованих ним, показує, що їх вміст не має конкретної тематики та систематизації. Вони інформують про широке коло питань – від питань оборони до культурних подій у Великобританії, Польщі та у світі. Посольство Польщі у Великій Британії має велику кількість інформації, що надсилається з інших профілів (головним чином з Міністерства закордонних справ та від прем'єр-міністра [21]).

У профілі є невелика кількість унікального та мультимедійного вмісту (фотографії, відеоролики, посилання на зовнішні веб-сайти). Проте записи авторів майже не видно через велику кількість твіттів, надісланих іншими авторами. Адміністрація облікового запису вибірково реагує на обговорення. Мова, яка використовується в твіттах, в основному офіційна та інформативна. Розважальні за змістом твітти здебільшого відправлені з інших облікових записів. Також серед сторінок польської дипломатії існують облікові записи, які створюють низьку кількість твіттів, але мають відносно велику кількість підписників. При цьому велика кількість повідомлень пересилається з інших облікових записів. Значна частина інформації, яка відображається на цих сторінках, прямо чи опосередковано стосується питань, пов'язаних із державою, в якій знаходиться посольство. На даних сторінках кількість унікального та мультимедійного вмісту є низькою, а взаємодія з іншими користувачами є рідкістю. Всі ці дані свідчать про те, що Міністерство закордонних справ Польщі приділяє значну увагу сервісу мікроблогінгу «Twitter» як важливому інструменту реалізації зовнішньої політики.

Щодо використання соціальної мережі Facebook, то варто звернути увагу на дві офіційні сторінки, пов'язані з Міністерством закордонних справ Польщі, які мають найбільшу кількість підписників. Перша – профіль колишнього Міністра закордонних справ Радослава Сікорського [22], який має понад 90 тисяч підписників. Профіль Радослава Сікорського був заснований 4 червня 2011 року. Дана сторінка слугує здебільшого для публікування інформації, ніж для її обговорення; коментарі, опубліковані користувачами під записами, не отримують відповіді. Другий профіль з великою кількістю підписників – це візитна сторінка порталу «Poland.gov.pl» [23], який є офіційним веб-сайтом, що рекламує Польщу, під управлінням Міністерства закордонних справ. Дана сторінка має близько 70 тисяч підписників. Вона була заснована 12 травня 2010 року. Адміністрація профілю вибірково відповідає на запитання підписників.

Звертаючись до аналізу офіційних профілів польських посольств у країнах ЄС, слід наголосити, що, на відміну від Twitter, лише деякі з них мають облікові записи в соціальній мережі Facebook. Серед двадцяти п'яти польських посольств в ЄС лише 12 мають офіційні сторінки на Facebook. Серед них активними є лише дев'ять сторінок, до яких належать сторінки посольства Польщі в Австрії, Нідерландах, Естонії, Ірландії, Литві, Словаччині, Угорщині, Великобританії та Італії. Решта сторінок не досить часто публікують записи (сторінки польського посольства в Словенії, Данії та Фінляндії). На цей час найбільшу кількість підписників серед усіх сторінок польських посольств має сторінка посольства у Великобританії та в Словаччині.

На відміну від сторінок польських посольств в сервісі мікроблогінгу Twitter, які здебільшого були створені в 2012 році, облікові сторінки в соціальній мережі Facebook були створені в різний час. Серед аудиторії підписників найбільшу групу становлять люди у віці від 25 до 34 років, а країна їх проживання збігається з країною, в якій розташоване посольство.

Записи, опубліковані на офіційних сторінках польських посольств в соціальній мережі Facebook, здебільшого не отримують багато відгуків. Спосіб керування профілями не відображає системності, особливо в контексті регулярності публікації записів. Більшість профілів містять записи з інформацією, яка рекламує польську культуру, історію та відповідні події. Посольства також публікують записи щодо своєї діяльності. Деякі записи публікуються одразу декількома мовами. Деякі посольства намагаються активно взаємодіяти з аудиторією підписників, наприклад, завдяки цікавим, практичним, а іноді і гумористичним повідомленням. Прикладом є посольство Польщі в Словаччині, яке оголосило конкурс, який включає в себе публікацію фотографій підписниками про поїздку в сусідню країну: поляки повинні були публікувати фотографії з поїздки до Словаччини, словаки, відповідно, фотографії з поїздки до Польщі. Отже, варто наголосити на важливому значенні соціальної мережі Facebook у сучасній дипломатичній діяльності Республіки Польща.

Що стосується інших соціальних мереж, то слід зазначити, що жодне польське посольство в країнах ЄС не має спеціального облікового запису на веб-сайті Flickr, який використовується для збору та обміну цікавими фотографіями. Всі фотографії, які МЗС хоче опублікувати в даній соціальній мережі, розміщуються на офіційній сторінці Міністерства закордонних справ [15].

Сторінки на сервісі «YouTube», який дозволяє публікувати і дивитися відео-матеріали та вести прямі трансляції, мають 40 посольств Польщі. Дані облікові записи створені здебільшого в 2011 році та мають в середньому по 70 підписників [24]. На каналах здебільшого присутні сюжети із польських засобів масової інформації щодо певних міжнародних питань. Можливість коментувати та оцінювати відеоролики на більшості каналів відсутня.

Міністерство закордонних справ має один головний обліковий запис на сервісі «YouTube» [14], заснований 2 квітня 2009 року. Кількість підписників на ньому налічує понад 4 тисячі осіб, а кількість матеріалів нараховує 333 відеоролика. Дані матеріали були переглянуті майже 2 мільйони разів. На відміну від більшості сторінок польських посольств, на даній сторінці присутня можливість оцінювати та коментувати відеоролики.

Останнім типом соціальних мереж, які використовуються польською дипломатією, є блоги. Даним видом соціальних мереж здебільшого користуються самі посли, наприклад, посол Польщі у Великобританії – Вітольд Собков [25], який розміщує в блозі власні думки та судження з приводу різних міжнародних питань. Здебільшого в таких блогах існує приписка, що «в блозі представлені лише власні погляди та особисті думки автора, а не позиція МЗС».

Висновки. Підсумовуючи викладений матеріал, слід зазначити, що Польща однією з перших країн відгукнулася на розвиток популярності соціальних мереж та почала використовувати їх в своїй зовнішньополітичній діяльності. Сьогодні польська дипломатія активно використовує такі сервіси, як Twitter, Facebook, Flickr та Youtube, з метою популяризації власної країни на світовій арені. Даними сервісами здебільшого користуються саме посольства Польщі. Політичні діячі та дипломати використовують дані сервіси лише для вираження власної думки, яка може не регламентувати офіційну позицію МЗС. Найбільш активно польська дипломатія використовує саме сервіс мікроблогінгу «Twitter». Це підтверджують статистичні показники: 160 дипломатичних установ Польщі мають облікові записи на даному сервісі. Натомість лише 89 дипломатичних установ мають свої профілі в соціальній мережі «Facebook» та лише 40 – на сервісі «Youtube». Провівши дане дослідження, можна дійти висновку, що ступінь використання соціальних мереж польською дипломатичною службою є досить великим. Міністерство закордонних справ активно слідкує за розвитком нових медіа та використовує їх в своїй зовнішньополітичній діяльності, що дає результат у вигляді популяризації Республіки Польща на світовій арені.

Подальші перспективи дослідження вбачаємо в аналізі висвітлення відповідних міжнародно-політичних подій польською дипломатією у соціальних мережах за допомогою описаного механізму діяльності та присутності у нових медіа МЗС та посольств Республіки Польща.

Література:

1. Турчин Я.В. Електронна дипломатія як важлива складова зовнішньої політики держави. Електронна дипломатія та електронне урядування. Львів, 2014. С. 104–105.
2. Прокопенко І.В. Цифрова дипломатія як приклад інновацій у соціальній комунікації. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. Полтава, 2015. С. 418–422.
3. Булега К.І., Чарських І.Ю. Цифрова дипломатія як елемент зовнішньополітичної діяльності держав. Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса. Полтава, 2018. С. 9–12.
4. Воловик Д.В. Інформаційно-комунікаційний вимір дипломатії початку ХХІ століття. Науковий вісник Дипломатичної академії України. 2013. С. 62–65.
5. Соколенко О.О. Медіа дипломатія в умовах сучасних міжнародних відносин. Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Луцьк, 2014. С. 88–95.
6. Карпчук Н.П. Публічна дипломатія Польщі як чинник Європейської інтеграції. Міжнародні відносини серія «Політичні науки». Київ, 2017. С. 96–107.
7. Долинский А.В. Дискурс о публичной дипломатии. Международные процессы. 2011. С. 63–73.
8. Сурма И.В. Цифровая дипломатия в мировой политике. Государственное управление. Электронный вестник. 2015. С. 220–247.
9. Dhia A. The Information Age and Diplomacy: An Emerging Strategic Vision in World Affairs. Florida, 2005. 428 p.
10. Terry A. Digital diplomacy in the European Union. Birmingham, 2015. 217 p.
11. Skwark S. Ambasady Polski w Unii Europejskiej na Twitterze. Dyplomacja cyfrowa. Lublin, 2014. P. 95–96.
12. Arendarska J. Media dyplomacja – nowe narzędzia komunikowania w dyplomacji. Warszawa: Znak, 2012. 217 p.
13. Piskorska B. Dyplomacja cyfrowa: instrument miękkiej siły Unii Europejskiej w stosunkach międzynarodowych. Dyplomacja cyfrowa. Lublin, 2014. P. 105–142.
14. Strona Ministerstwa spraw zagranicznych na Youtube. Youtube: official page. URL: <https://www.youtube.com/user/PolandMFA>.

15. Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Poland. Flickr: official page. URL: <https://www.flickr.com/photos/polandmfa/>.
16. Ministerstwo Spraw Zagranicznych RP. Twitter: official page. URL: https://twitter.com/MSZ_RP.
17. Blog Mareka Magierowskiego na twitterze // Twitter: official page. URL: <https://twitter.com/mmagierowski>.
18. Janik R., Pietrzyk A., Raport. Twitter w Polsce, URL: <https://www.dropbox.com/s/9scj60ysho6q84s/Twitter%20w%20Polsce%20Raport.pdf>.
19. Radosław Sikorski. Twitter: official page. URL: <https://twitter.com/sikorskiradek>.
20. Polish Embassy UK. Twitter: official page. URL: <https://twitter.com/PolishEmbassyUK>.
21. Beata Szydło. Twitter: official page. URL: <https://twitter.com/BeataSzydlo>.
22. Radosław Sikorski. Facebook: official page. URL: <https://www.facebook.com/radeksikorski/>.
23. Polska. Facebook: official page. URL: <https://www.facebook.com/polska>.
24. Polska dyplomacja cyfrowa. MSZ Polski: oficjalna strona. URL: https://www.msz.gov.pl/pl/p/msz_pl/aktualnosci/polska_dyplomacja_cyfr.
25. Witold Sobkow. Twitter: official page. URL: <https://twitter.com/witoldsobkow>.