

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА**  
**ФАКУЛЬТЕТ ПРАВА ТА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН**



**МІЖНАРОДНІ СТУДІЇ ВИКЛАДАЧІВ ТА СТУДЕНТІВ**

*Електронне видання*

*Київ 2021*

**УДК 341:327(082)**

*Рекомендовано до публікації вченою радою  
Факультету права та міжнародних відносин Київського університету імені Бориса  
Грінченка (протокол № 1 від 20 січня 2021 року).*

**Міжнародні студії викладачів та студентів / Київський університет  
імені Бориса Грінченка. Київ: [Електронне видання], 2021. 110 с.**

У матеріалах збірника «Міжнародні студії викладачів та студентів» висвітлено широкий спектр питань, пов'язаних із актуальними проблемами міжнародних відносин та міжнародного права, суспільних комунікацій та регіональних студій.

Збірник адресовано науковцям, фахівцям з міжнародних відносин та міжнародного права, дипломатам, слухачам магістратури, студентам закладів вищої освіти, а також усім, хто цікавиться проблемами міжнародних відносин та міжнародного права.

*Матеріали подано в авторській редакції.*

*Автори опублікованих матеріалів несуть повну відповідальність за підбір і  
точність наведених фактів, цитат, статистичних даних та інших  
відомостей.*

*Редакція збірника не несе відповідальності за зміст матеріалів та може не  
поділяти думки авторів.*

**УДК 341:327(082)**

© Київський університет імені Бориса Грінченка, 2021

<b><i>Ковальська Тетяна, Брайчевська Олена</i></b>	60
Політичні гасла та програмні декларації французьких політичних партій та їх вплив на результати парламентських виборів 2017 р.	
<b><i>Ковальчук Анна, Лісовська Мирослава</i></b>	65
Державна політика Китаю щодо охорони навколишнього середовища: історія формування і розвитку	
<b><i>Корженівська Вікторія, Мельник Ганна</i></b>	69
Туристична інфраструктура Республіки Польща: перспективи збільшення в'їзного та внутрішнього туризму	
<b><i>Ніколаєнко Маргарита, Лісовська Мирослава</i></b>	72
Зовнішня політика Великобританії в нових реаліях	
<b><i>Нуждова Вікторія, Мельник Ганна</i></b>	76
Роль Туреччини у міжнародних організаціях	
<b><i>Пигуль Крістіна, Жалоба Ігор</i></b>	80
Китайська ініціатива «Один пояс – один шлях» і країни Латинської Америки (на прикладі Аргентини)	
<b><i>Піддобрівна Марія, Мельник Ганна</i></b>	85
Цифрова дипломатія Республіки Польща: досягнення і перспективи розвитку	
<b><i>Сірко Вероніка-Марія, Мельник Ганна</i></b>	89
Вплив нових медіа на зовнішньополітичний імідж Польщі	
<b>Секція 3. Актуальні питання міжнародного права та міжнародних відносин</b>	
<b><i>Лозицька Марія, Тимченко Ліліана</i></b>	92
Право бути забутим в Інтернеті в новій політичній реальності	
<b><i>Магеррамова Еліна, Братко Ірина</i></b>	96
Справа Марківа у двосторонніх відносинах України та Італійської Республіки	
<b><i>Соколовська Олександра, Грицяк Ігор</i></b>	100
Європейські механізми боротьби із торгівлею людьми та Україна	
<b>Наші автори</b>	104
<b>Our authors</b>	107

*Вероніка-Марія Сірко*  
*Київський університет імені Бориса Грінченка*  
sirkoveronika88@gmail.com

*Ганна Мельник*  
*Київський університет імені Бориса Грінченка*  
h.melnyk@kubg.edu.ua

## **ВПЛИВ НОВИХ МЕДІА НА ЗОВНІШНЬОПОЛІТИЧНИЙ ІМІДЖ ПОЛЬЩІ**

Актуальність дослідження пов'язана з тим, що в сучасному світі поняття «імідж» займає вагоме місце в зовнішньополітичній діяльності країни. Відтак, імідж держави не що інше, як емоційно забарвлений образ країни, що визначає, яку репутацію має держава у свідомості своїх громадян та міжнародної спільноти. Сучасний світ диктує нові правила, де імідж країни більше не є питанням довільної думки – він став брендом, який має вимірну цінність. Він може вплинути на здатність країни досягти своїх зовнішньополітичних цілей, а також вплинути на ведення бізнесу.

Метою дослідження є вплив нових медіа на зовнішньополітичний імідж Республіки Польща і України.

Одним із завдань зовнішньої політики держави є залучення медіа у створенні позитивного економічного та політичного іміджу на міжнародній арені. Для ознайомлення іноземців з культурою, традиціями, моральними цінностями, способом життя активно використовують медіа. Саме нові медіа сьогодні є найдоступнішим ресурсом для кожної людини. Вони висвітлюють новини, події міжнародного життя, таким чином формуючи образ країни.

Нові медіа є дуже важливим інструментом у формуванні зовнішньополітичного іміджу держави, бо можуть поширювати інформацію не тільки у ЗМІ, але й в соціальних мережах, блогах та ботах. Саме тому польські міжнародні інститути зараз активно створюють власні акаунти в соцмережах, де рекламують Польщу, відповідно, формуючи образ конкурентноспроможної держави в міжнародному співтоваристві. Крім цього, Міністерство закордонних справ Республіки Польща активно слідкує за розвитком нових медіа та впроваджує їх в зовнішньополітичну діяльність, що дало результат популяризації Польщі на міжнародній арені.

Зовнішньополітична діяльність Республіки Польща також розширила діапазон інструментів та механізмів для проведення дипломатичної діяльності. Уряд вирішив приділити увагу саме медіа-дипломатії – діяльність міжнародних інститутів, яка спирається на нові технології в міжнародних комунікаціях. Велику частину становлять соціальні мережі та мікроблоги. Тому дипломатичні

представництва створюють власні акаунти в соцмережах, де рекламують Польщу, таким чином, формують позитивний імідж країни [1, с. 58].

Коли Польща почала активно впроваджувати ці механізми в роботі дипломатичних представництв, в процесі збільшився вплив на громадську думку за кордоном.

Популярність використання соціальних мереж у всьому світі дозволила проаналізувати діяльність польської дипломатії в цій галузі. Варто підкреслити, що Міністерство закордонних справ Республіки Польща всебічно розпочало роботу в соцмережах, зокрема були створені офіційні профілі Міністерства на YouTube, Flickr та Twitter [2]. Також польські дипломати та експерти міністерств закордонних справ почали активно вести власні блоги. Така діяльність закордонних представництв вказує на те, що Польща інноваційна та прогресивна країна, яка «йде в ногу з часом».

Загалом можна виділити три рівні, на яких здійснюється дипломатична комунікація за допомогою нових медіа: між дипломатами; серед дипломатів та ЗМІ; між дипломатами і користувачами соціальних мереж [1, с. 58].

Для формування зовнішньополітичного іміджу Польщі важливим є останній рівень дипломатичної комунікації – між дипломатами і користувачами соціальних мереж. Якщо вдало спланувати контент дописів та зібрати велику аудиторію читачів, то можна сформувати позитивний імідж Польщі в міжнародній спільноті.

Варто відзначити і найбільш активний профіль посольства Республіки Польща, а саме – полосоольство у Великобританії. Такі твітти інформують велике коло людей на різні поставлені запитання, наприклад, про культурні події у Польщі, про відвідування різних міжнародних форумів у Великій Британії та інші. Також велика кількість інформації надсилається з інших польських профілів, насамперед від Міністерства закордонних справ та прем'єр-міністра [5].

Слід звернути увагу на те, що багато польських дипломатів активно користуються Twitter. Одною із найпопулярніших сторінок польської дипломатії є профіль колишнього Міністра закордонних справ Польщі Радослава Сікорського [6]. Його профіль має більше одного мільйона підписників. Варто відзначити, що у Польщі приділяється значна увага соцмережі Twitter, як важливому інструменту реалізації зовнішньополітичного іміджу країни.

Не можна не згадати соціальну мережу Facebook, яка посідає перше місце найбільш популярної серед польського населення. Цією мережею користується багато політиків, політичних інститутів Республіки Польща. Проте для міжнародної спільноти був створений спеціальний профіль, який є візитною сторінкою порталу «Poland.gov.pl» [4]. Цей профіль є офіційним веб-сайтом, що рекламує Польщу за кордоном.

YouTube – медіа платформа, яка дозволяє завантажувати і переглядати різноманітні відео, вести прямі трансляції, створювати власні влоги.

Посольства Польщі також мають власні облікові записи, на яких представлені відео-матеріали з польських ЗМІ щодо міжнародних питань [3].

Останнім видом соціальних мереж, які використовують для просування польського іміджу за кордон, є блоги. Переважно таким видом соціальних мереж користуються тільки польські послы. Там вони розмішують інформацію з приводу різних міжнародних питань, які безпосередньо стосуються Польщі. Як правило, в блозі послы діляться тільки власними думками, а не позицією МЗС. Такі блоги допомагають Республіці Польща пояснювати складні ситуації в країні, прийняття будь-яких політичних рішень, згладжувати негативні новини та інше.

Таким чином, польська влада активно використовує нові медіа у своїй зовнішньополітичній діяльності. Зокрема, за допомогою соціальних мереж таких як: Twitter, Facebook, YouTube відбувається популяризація держави на світовій арені. Слід пам'ятати про значну роль медіа в процесі гармонізації добросусідських відносин та зміцненні авторитету держави в колі провідних суб'єктів світового співтовариства і формуванні привабливого її образу.

#### Список використаних джерел:

1. Тихоненко І. В., Рудюк А. М. Використання соціальних мереж дипломатичною службою Республіки Польща. *Вісник національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. Політологія. Соціологія. Право. 2018. № 4. С. 57-61.
2. Terry A. Digital diplomacy in the European Union. Birmingham, 2015. 217 p.
3. Polska dyplomacja cyfrowa. MSZ Polski: oficjalna strona: вебсайт. URL: [https://www.ms.gov.pl/pl/p/msz\\_pl/aktualnosci/polska\\_dyplomacja\\_cyfr](https://www.ms.gov.pl/pl/p/msz_pl/aktualnosci/polska_dyplomacja_cyfr). (дата звернення 18.09.2020)
4. Polska. Facebook page: вебсайт. URL: <https://www.facebook.com/polska>. (дата звернення 15.09.2020)
5. Shydlo B. Twitter page. URL: <https://twitter.com/BeataShydlo>. (дата звернення 15.09.2020)
6. Sikorski R. Facebook page. URL: <https://www.facebook.com/radeksikorski/>. (дата звернення 10.09.2020)

**Sirko Veronika-Mariia**, the First-year Student of the Master's Program, Study Program «Media Communications», Institute of Journalism, Borys Grinchenko Kyiv University; the graduate of the Bachelor's Program «Social Communications», Borys Grinchenko Kyiv University.

**Melnyk Hanna**, Candidate of Sciences (PhD) in History, Docent, Associate Professor of the Chair of International Relations and International Law, Faculty of Law and International Relations, Borys Grinchenko Kyiv University.

THE INFLUENCE OF NEW MEDIA ON POLAND'S FOREIGN POLITICAL IMAGE