

ТЕРЕЩУК ВІТАЛІЙ ІВАНОВИЧ

**ЕЛЕКТРОННИЙ PR
ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ
ЗОВНІШНЬОПОЛІТИЧНОГО ІМІДЖУ
ДЕРЖАВИ**

Монографія

Київ
2012

УДК 327:659.4(100):004.738.5
ББК 66.49+60.842+32.973.202
Т 35

Рецензенти:

доктор історичних наук, професор **І. В. Жалоба**
(Інститут міжнародних відносин
Національного авіаційного університету,
кафедра міжнародної інформації)

доктор політичних наук, професор **Б. М. Юськів**
(Рівненський інститут слов'янознавства
Київського славістичного університету,
кафедра міжнародної інформації)

*Рекомендовано до друку вченою радою
Університету економіки та права «КРОК»
Протокол № 2 від «1» грудня 2011 р.*

Терещук В. І.

Т 35 Електронний PR як засіб формування зовнішньополітичного іміджу держави: Монографія / В. І. Терещук. — К.: Університет економіки та права «КРОК», 2012. — 200 с.

ISBN 978-966-7735-65-4

У монографії досліджуються особливості зовнішньополітичного іміджу держави і виявляється роль електронного PR як сучасного та ефективного інструменту його формування; характеризуються основні інструменти електронного PR, які можуть бути використані при здійсненні іміджевих комунікацій; аналізується досвід США та України у цій сфері.

Для науковців, викладачів, дипломатів, а також усіх, хто цікавиться практичними питаннями зовнішньої політики та публічної дипломатії.

ISBN 978-966-7735-65-4

© Терещук В. І., 2012

*Зі щирою подякою
своєму науковому керівникові
доктору політичних наук, професору
ТИХОМИРОВІЙ Євгенії Борисівні*

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА.....	6
РОЗДІЛ 1 КОНЦЕПТУАЛЬНО-ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПРОБЛЕМ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ.....	9
1.1. Проблема визначення поняття іміджу в сучасній науці.	10
1.2. Імідж держави та PR як інструмент його формування.	19
1.3. Формування іміджу держави в сучасних умовах.....	33
РОЗДІЛ 2 РОЛЬ ЗАСОБІВ ЕЛЕКТРОННОГО PR У ФОРМУВАННІ ЗОВНІШНЬОПОЛІТИЧНОГО ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ.....	51
2.1. Електронний PR як сучасний комунікативний інструмент	52
2.2. Формування зовнішньополітичного іміджу держави засобами електронного PR.....	82
2.3. Оцінювання ефективності електронного PR.....	91
РОЗДІЛ 3 ДОСВІД США ТА УКРАЇНИ В СФЕРІ ВИКОРИСТАННЯ ЗАСОБІВ ЕЛЕКТРОННОГО PR ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ЗОВНІШНЬОПОЛІТИЧНОГО ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ.....	99
3.1. Досвід Сполучених Штатів Америки.....	100
3.2. Досвід України.....	114
ПІДСУМКИ.....	141
ДОДАТКИ.....	146
ПЕРЕЛІК ТЕРМІНІВ ТА СКОРОЧЕНЬ.....	185
ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА.....	189

ПЕРЕДМОВА

У сучасному глобалізованому світі вагу та місце держави у міжнародних відносинах, поряд з її політичним, економічним, військовим потенціалом, визначає її інформаційний образ, який склався у світової спільноти. Вже сьогодні можна стверджувати, що проблема формування іміджу займає важливе місце у зовнішньополітичних стратегіях як розвинених країн, так і країн, що розвиваються. І тому в умовах розбудови незалежної Української держави першочергової ваги набуває питання формування за кордоном позитивного іміджу країни, адже від того, який образ України буде створений у світі, значною мірою залежить її майбутнє. Все це визначає важливість проведення досліджень сучасного іміджу України та шляхів і засобів його формування та поширення, серед яких важливе місце займає PR, і, зокрема, його порівняно нова іпостась — електронний PR.

Україна за короткий період після проголошення незалежності перестала бути лише об'єктом дій інших держав і перетворилась на рівноправний суб'єкт міжнародних відносин. Нині Україна у досить складних геополітичних умовах намагається здійснювати відкриту зовнішню політику і розраховує зайняти гідне місце у світовій спільноті. Об'єктивні труднощі перехідного періоду, затримка з проведенням радикальних реформ, нерозвиненість механізмів громадянського суспільства, політичні проблеми — ці та інші чинники негативно впливають на міжнародний імідж України та, відповідно, ускладнюють формування її зовнішньополітичного іміджу.

Україні сьогодні потрібна така стратегія зовнішньої політики, яка б відповідала вимогам доби глобалізації та інформаційної революції. Її розробка, зокрема, вимагає ретельного дослідження сучасних каналів інформування іноземної громадськості з метою їх ефективного використання для забезпечення власних зовнішньополітичних інтересів, зокрема, для формування позитивного зовнішньополітичного іміджу України.

Для іноземців, у тому числі для представників іноземних політичних та фінансових кіл, основним джерелом інформації про Україну є засоби масової інформації, серед яких одне з чільних місць займає Інтернет. На сьогоднішній день Інтернет є одним із найуніверсальніших інформаційних та комунікаційних засобів з тих, що знаходяться нині у розпорядженні людства. Інтернет-технології сьогодні надають без перебільшення унікальні можливості для популяризації державою своїх культурних надбань та національних традицій, розповсюдження інформації про політичне, економічне, соціальне, культурне життя в країні, а також, що особливо актуально для України як для порівняно молодого держави, Інтернет уможливує здійснення реклами українських туристичних та бізнесових можливостей.

Процеси глобалізації комунікацій, формування інформаційного суспільства, дедалі більша прозорість територіальних, політичних, культурних кордонів стали причиною актуалізації інформаційної складової зовнішньої політики України. Нашій країні, її зовнішньополітичному відомству та дипломатичній службі необхідно негайно впроваджувати якнайширше застосування інформаційно-комунікаційних технологій у дипломатичній діяльності (мережевої, іміджевої та медіа дипломатії), що забезпечить Україні адекватне місце на міжнародній арені та у світовому інформаційному просторі.

Враховуючи новизну проблем, що висвітлюються, монографія „Електронний PR як засіб формування зовнішньополітичного іміджу держави” є одним із перших системних досліджень використання інформаційно-комунікаційних можливостей мережі Інтернет у практиці зовнішньополітичної PR-діяльності держав, і, зокрема, у практиці створення та підтримки зовнішньополітичного іміджу України.

Предмет даного дослідження ще не знайшов належного цілісного відображення у наукових працях як іноземних, так і вітчизняних дослідників. Власне, лише останнім часом розпочався процес усвідомлення можливостей, які надає електронний PR для формування зовнішньополітичного іміджу держави.

Загалом, проблеми теорії іміджу досліджуються вже близько півстоліття, але власне проблема іміджу держави (у т.ч. її зовнішньополітичного іміджу) розроблена ще недостатньо.

Проблеми теорії та практики паблік рілейшнз за вже достатньо тривалий час існування цієї галузі були детально розглянуті численними дослідниками. Але лише в останнє десятиліття, внаслідок стрімкого розвитку всесвітньої мережі Інтернет, дослідники почали звертати увагу на інформаційно-комунікаційні можливості, які несе використання цієї мережі у практиці PR. На науковому рівні цей напрям ще вкрай мало досліджений.

Також практично немає ґрунтовних наукових досліджень ролі засобів електронного PR у формуванні іміджу держави. Це дає підстави вважати дане дослідження актуальним, оскільки воно піднімає ряд важливих, але мало досліджених на сьогоднішній день питань.