

Висновки. Оцінюючи ефективність PR-діяльності, необхідно розглядати її в контексті даного конкретного підприємства, враховуючи при цьому аудиторію, на яку вона спрямована, та застосовувати PR-інструменти. Тоді оцінка ефективності буде мати цілком об'єктивний характер.

БІБЛІОГРАФІЯ:

1. Комаровский В. С. PR сегодня: новые подходы, исследования, международная практика. – М., МАУП, 2002. – 493с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. В.Б.Боброва. – Санкт-Петербург: АТ «Коруна», 1994. – 697 с.
3. Почепцов Г. Паблик рилейшнз. – М., 2007. – 384 с

Руденко А.,
магістрант

ВИСВІТЛЕННЯ ПРОБЛЕМИ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ НА СТОРІНКАХ ГАЗЕТ ВЕЛИКОБРИТАНІЇ «THE TIMES», «THE INDEPENDENT», «THE GUARDIAN», «THE DAILY TELEGRAPH»

Аналізується образ України на сторінках провідних ЗМІ Великобританії «The Times», «The Independent», «The Guardian», «The Daily Telegraph». Досліджується вплив подій, пов'язаних із євроінтеграційними процесами на формування іміджу України.

Ключові слова: імідж, медіа, Євроінтеграція, імідж держави.

The article deals with the analysis of image of Ukraine on the pages of leading media of the United Kingdom «The Times», «The Independent», «The Guardian», «The Daily Telegraph». The influence of the events related to the European integration processes in the formation of image of Ukraine is investigated.

Key words: image, media, European integration, image of government.

Вагомою характеристикою інформаційного суспільства є сприйняття будь-якого явища або події крізь призму тих повідомлень, які отримує громада. Саме тому у процесі сприйняття того чи іншого явища, людини, організації, політичної партії чи навіть держави важливим чинником виступає формування позитивного іміджу. Саме він сприяє підтримці авторитету країни на міжнародній арені, дає більші можливості для просування та реалізації її національних інтересів у політичній, економічній, соціальній сферах суспільства.

На сьогодні актуальним є підвищення інтересу до іміджу України в уявленні різних цільових груп на міжнародному, національному та локальному рівнях. Серед авторів, які досліджували питання формування іміджу держави слід виділити Г. Почепцова [3], Ю. Палеху [2], Н. Качинську [1], В. Терещука [4] та інших. Дослідження щодо питань у сфері міжнародного іміджу України проводять як вітчизняні, так й іноземні науковці, а саме: І. Остап, Д. Видрін, Д. Шерп та інші.

Імідж держави на міжнародній арені створюється за допомогою інформації, яка надходить до неї через офіційні і неофіційні канали, ЗМІ, інтернет тощо. Завдяки діяльності ЗМІ створюються та ефективно використовуються як елементи політичної маніпуляції, так і різноманітні іміджі, образи, стереотипи поведінки.

Мета статті – визначити імідж України у висвітленні проблем Євроінтеграції на сторінках газет «The Times», «The Independent», «The Guardian», «The Daily Telegraph».

Об'єктом дослідження є питання формування іміджу України у ЗМІ. А предметом – зовнішньополітичний імідж України у провідних друкованих виданнях Великобританії.

Контент-аналіз найвпливовіших англomовних газет «The Times», «The Independent», «The Guardian», «The Daily Telegraph» із 21.11.2013 по 01.03.2014 дає можливість синтезувати той узагальнений образ України, який складається в англomовній спільноті у надзвичайно важкий і переломний для нашої країни час. Протягом останніх років Україна була затиснута між вимогами Європейського Союзу та Росії. ЄС вимагав від України покращення стану демократії і верховенства права, перш ніж перейти до підписання Угоди про асоціацію та зону вільної торгівлі з ЄС. У той же час основна мета Росії – залучення України до Митного союзу.

Ще у квітні 2012 року Джеймс Шерр, старший науковий співробітник британського Королівського інституту міжнародних відносин Chatham House, який є одним з найавторитетніших західних експертів із питань України та Росії, у розмові з першою і найпопулярнішою англomовною щотижневою газетою України «Kyiv Post» оцінював шанси України для вступу до ЄС і говорив : «Україна не була на стійкому шляху. Це був непрямий і безладний шлях, але такий, що дозволяв обговорювати ці відносини з точки зору надії і розумних очікувань прогресу. Зараз стан відносин України з ЄС є руйнівним... Після величезних зусиль, які були покладені на пошук і встановлення точок дотику і спільної мови з нинішньою владою України, зараз ми знаходимося в точці, коли ніхто в Європі не віритиме будь-чому, що висловлено структурами влади тут. Єдине, що може вразити Європу, – це конкретні вчинки» [9].

21 листопада 2013 року Кабінет міністрів України ухвалив рішення про припинення підготовки до підписання угоди про асоціацію з ЄС. В цей же день онлайн-видання газет «The Times», «The Independent», «The Guardian», «The Daily Telegraph» замайоріли яскравими статтями із промовистими назвами. «The Times»: «Україна відвертається від Європи і повертається до Володимира Путіна»[5], «The Independent» : «‘Євразійський Союз’: Україна обирає посилення зв'язки з Росією та відмовитися від історичної торгової угоди з ЄС» [6], «The Guardian»: «Україна призупиняє переговори про торговий пакт з ЄС, бо Путін виграє перетягування каната» [8], «The Daily Telegraph»: «Україна припиняє підготовку до торгової угоди з ЄС» [7]. Прихильники Євроінтеграції починають самоорганізовуватись і проводити акції протесту на Майдані Незалежності у Києві, їх кількість зростає з кожним днем.

30 листопада за наказом начальника київської міліції генерал-лейтенанта Валерія Коряка українська влада силами «Беркуту» влаштувала розгін Євромайдану в Києві. Унаслідок силового розгону було травмовано десятки протестувальників. Саме цей епізод стає переломним для народу, який активно протестує, і вже 1 грудня, у річницю суверенітету 1991 року на Майдан і вулиці Києва вийшли, за різними оцінками, від 500 тисяч до 1 млн. українці. Світова спільнота також не мовчить: відсьогодні Україна щоденно з'являється на сторінках впливових світових газет та онлайн – видань.

Перша сторінка газети – це стислий огляд найбільш важливих новин випуску, тому визначним є той факт, що за досліджуваний період подій в Україні не раз ставали топ-новиною для читачів Великобританії і з'являлись на першій полосі: «The Times» – 4 рази, «The Independent» – 5, «The Guardian» – 5, «The Daily Telegraph» – 5. Ці дані свідчать про глобальний масштаб значення проблем України та підтримку народу світовою спільнотою.

Проаналізувавши англomовні медіа за визначений період, можна сформулювати певні висновки. По-перше, уявлення про Україну англomовного читача є досить

фрагментарними (політичні та економічні питання); матеріали негативно впливають на міжнародний імідж країни. По-друге, більшість критичних матеріалів віддзеркалює болючі проблеми України і цілком відповідає дійсності. По-третє, головним об'єктом критики англомовних ЗМІ є уряд. По-четверте, образ України залежить від того, на які джерела посилається автор публікації; і, по-п'яте, зміни образу України залежать від часу подання матеріалу. Деяка частина повідомлень негативного характеру зумовлена суб'єктивними чинниками (усталені стереотипи сприйняття України, власна позиція автора, орієнтація на інтерес масового читача).

Країни – ті самі бренди, тільки більші і важливіші. Підтримування позитивного іміджу країни за кордоном для її суспільного розвитку має таке саме значення, як розкручування торгової марки для підвищення попиту на споживчий товар.

Економісти чудово знають, що вартість будь-якого бренда – це ціна його популярності та репутації. Саме тому розвинені країни свідомо й цілеспрямовано підходять до питання керування власною репутацією. Хороша репутація завжди була і буде ключовим чинником довіри до тієї чи іншої країни з боку навколишнього світу. А погана призведе не лише до труднощів у відносинах з партнерами, а й до фінансових втрат, інвестиційної непривабливості й зниження вартості активів держави. Адже репутація – це гарантія, за яку партнери платять гроші.

Для створення, зміни та поширення позитивного іміджу України необхідно витратити як мінімум декілька десятиліть на цілеспрямовану і скоординовану діяльність у зазначеному напрямку:

- вирішити політичні проблеми і протистояння, побудувати новий легітимний уряд;

- налагодити співробітництво та залучення представників урядових структур, бізнесових кіл, представників культури, освіти та засобів масової комунікації;

- дослідити сприйняття країни власним населенням та міжнародною спільнотою, використовуючи кількісні та якісні методи дослідження;

- побудувати іміджеву стратегію, яка повинна включати професійну модель іміджу та види комунікацій, передбачаючи при цьому різні шляхи комунікацій для різних цільових груп.

Формування і збереження позитивного зовнішнього іміджу України – це важливе завдання загальнонаціонального масштабу. Воно потребує спільних і послідовних дій офіційної влади й опозиції, державних органів і громадських організацій, бізнесових структур і ЗМІ, усіх громадян України і численної української діаспори за кордоном.

БІБЛІОГРАФІЯ:

1. Качинська Н. О. Політичний імідж держави: структурні та комунікаційні компоненти феномену [Електронний ресурс] / Віче. – 2009. – №22. – Режим доступу : <http://www.viche.info/journal/1738/>. – Назва з екрана.

2. Палеха Ю. І. Іміджологія: навч. посіб. / Палеха Ю. І.; за заг ред. Тимошенко З. І. – К.: Європ. ун-т, 2005. – 324 с.

3. Почепцов Г. Г. Имиджелогия / Почепцов Г. Г. – К.: Рефл-бук; Ваклер, 2002. – 698 с.

4. Терещук В. І. Електронний публік рілейшнз як засіб формування зовнішньополітичного іміджу держави: авторефер. дис. на здобуття наук. ступеня канд. політ. наук: спец. 23.00.04 « Політичні проблеми міжнародних систем та глобального розвитку » / В. І. Терещук. – Чернівці, 2008. – 20 с.

5. Charles Bremner. Ukraine turns its back on Europe and turns back to Vladimir Putin [Electronic Resource] / The Times. – Mode of access : URL : <http://http://www.thetimes.co.uk/tto/news/world/europe/article3928474.ece>. – Title from the screen.

6. Charlotte McDonald-Gibson. 'Eurasian Union': Ukraine chooses to strengthen ties with Russia and reject historic trade deal with EU [Electronic Resource] / The Independent. – Mode

of access : URL : <http://www.independent.co.uk/news/world/europe/eurasian-union-ukraine-chooses-to-strengthen-ties-with-russia-and-reject-historic-trade-deal-with-eu-8955407.html>. – Title from the screen.

7. Damien McElroy. Ukraine halts preparations for EU trade deal [Electronic Resource] / The Daily Telegraph. – Mode of access : URL : <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/ukraine/10465418/Ukraine-halts-preparations-for-EU-trade-deal.html> . – Title from the screen.

8. Ian Traynor. Ukraine suspends talks on EU trade pact as Putin wins tug of war [Electronic Resource] / The Guardian. – Mode of access : URL : <http://www.theguardian.com/world/2013/nov/21/ukraine-suspends-preparations-eu-trade-pact>. – Title from the screen.

9. James Sherr. Ukraine's relationship with the EU is destructive [Electronic Resource] / Kyiv Post. – Mode of access : URL : <http://www.kyivpost.com/content/ukraine/james-sherr-ukraines-relationship-with-the-eu-is-d-126486.html> . – Title from the screen.