

НАЦІОНАЛЬНА БЕЗПЕКА і ОБОРОНА

№ 1 (95)

2008

Засновник і видавець:



УКРАЇНСЬКИЙ ЦЕНТР ЕКОНОМІЧНИХ І ПОЛІТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ
ІМЕНІ ОЛЕКСАНДРА РАЗУМКОВА

Генеральний директор Анатолій Рачок
Шеф-редактор Людмила Шангіна
Редактор Алла Чернова
Макет Олександр Шаптала
 Олександр Москаленко
Техніко-комп'ютерна
підтримка Володимир Кекух

Журнал зареєстровано в Державному
комітеті інформаційної політики України,
свідчення KB № 4122

Журнал видається з 2000р.
українською та англійською мовами

Загальний тираж 3800 примірників

Адреса редакції:
01034, м. Київ, вул. Володимирська, 46
офісний центр, 5-й поверх
тел.: (380 44) 201-11-98
факс: (380 44) 201-11-99
e-mail: info@uceps.com.ua
веб-сторінка: <http://www.uceps.org>

При використанні матеріалів
посилання на журнал
“Національна безпека і оборона”
обов'язкове

Фотографії:
Українформ – обкладинка, стор. 14

© Центр Разумкова, 2008

Проект здійснено за підтримки
Міжнародного фонду “Відродження”

З М І С Т

ДЕРЖАВНА ІНФОРМАЦІЙНА ПОЛІТИКА У СФЕРІ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ І ЄВРОАТЛАНТИЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ (Аналітична доповідь)

1. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СУСПІЛЬНОЇ ПІДТРИМКИ ВСТУПУ ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇН ДО ЄС І НАТО: ДОСВІД ІНФОРМАЦІЙНИХ КАМПАНІЙ	2
2. ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ І ЄВРОАТЛАНТИЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ	13
3. ПРОПОЗИЦІЇ	23

ШЛЯХ ДО ЄС ТА НАТО: ЗДОБУТКИ, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

(Заочний Круглий стіл)	30
СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО РОЗВ'ЯЗАННЯ ПРОБЛЕМ В ІНФОРМАЦІЙНІЙ СФЕРІ ПОТРІБЕН УКРАЇНІ ДЛЯ ЇЇ ПОДАЛЬШОГО УТВЕРДЖЕННЯ ЯК ПОВНОЦІННОЇ ДЕМОКРАТИЧНОЇ ДЕРЖАВИ Раїса БОГАТИРЬОВА	30
ІНФОРМАЦІЯ МАЄ БУТИ НЕУПЕРЕДЖЕНОЮ, ЗРОЗУМІЛОЮ, ІНІЦІЮВАТИ ВІДПОВІДНУ ДИСКУСІЮ І ПОШИРЮВАТИСЯ НА ВСІ РЕГІОНИ УКРАЇНИ Володимир ГОРБУЛІН	31
ДЕРЖАВНІ СТРУКТУРИ НЕ ПРИДІЛЯЮТЬ ЦИМ ПИТАННЯМ НАЛЕЖНОЇ УВАГИ Анатолій ГРИЦЕНКО	31
УРОКИ З ПОПЕРЕДНЬОЇ ПРАКТИКИ ІНФОРМУВАННЯ ВИНЕСЕНІ, ПЕРШІ КРОКИ З ПІДВИЩЕННЯ ЇЇ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБЛЯТЬСЯ Григорій НЕМИРЯ	32
НЕОБХІДНО ПРОДОВЖИТИ ТА АКТИВІЗУВАТИ НИНІШНЮ ПРАКТИКУ ІНФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКОСТІ Володимир ОГРИЗКО	33
ДОНОСИТИ ІНФОРМАЦІЮ ПРО ЄС ТА НАТО, РОЗ'ЯСНЮВАТИ НАСЛІДКИ ПОГЛИБЛЕННЯ СПІВПРАЦІ З ЦИМИ СТРУКТУРАМИ Борис ТАРАСЮК	34

ДЕРЖАВНА ІНФОРМАЦІЙНА ПОЛІТИКА У СФЕРІ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ТА ЄВРОАТЛАНТИЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ: ОЦІНКИ ЕКСПЕРТІВ

(Експертне опитування)	36
ІНФОРМАЦІЙНА СКЛАДОВА ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ТА ЄВРОАТЛАНТИЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ: ГРОМАДСЬКА ДУМКА (Соціологічне опитування)	42

Умови отримання журналу — на нашій веб-сторінці:
<http://www.uceps.org/magazine>

ДЕРЖАВНА ІНФОРМАЦІЙНА ПОЛІТИКА У СФЕРІ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ І ЄВРОАТЛАНТИЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Процеси інтеграції України до ЄС та приєднання до євроатлантичної системи колективної безпеки активно обговорюються серед державно-політичної еліти, в експертному середовищі, загалом в суспільстві. Продуктивність такої дискусії, її фаховий рівень та об'єктивність оцінок, врешті-решт досягнення консенсусу з питань приєднання до ЄС і НАТО вирішальною мірою залежать від якості державної інформаційної політики у цій сфері.

Досвід європейських країн, які приєдналися до ЄС та Організації Північноатлантичного договору протягом 1999-2007рр. свідчить, що ефективність інформаційного супроводу європейської і євроатлантичної інтеграції забезпечується чіткою спрямованістю та адресністю проведених кампаній, використанням інноваційних комунікативних технологій, активним залученням громадських організацій. Важливо, що під час перебігу таких кампаній ідея приєднання до ЄС і НАТО трансформувалася з геополітичної у внутрішню, набула конкретного, прагматичного і зрозумілого для громадян змісту. Відтак, досягалася суспільна легітимність обраного політичною елітою та лідерами країн курсу, широка громадська підтримка дій влади на зовнішньополітичній арені.

Надзвичайно складною для України є проблема забезпечення стабільного громадського консенсусу довкола стратегії європейської і євроатлантичної інтеграції. На відміну від приєднання до ЄС, мета інтеграції до НАТО, попри законодавче закріплення, все ще роз'єднує політичну еліту, загалом суспільство, слугує знаряддям у політичній боротьбі. Особливо гостро це відчувалося під час останніх президентських і парламентських виборів, коли проводилися масштабні скоординовані антинатовські кампанії і суспільству нав'язувалася альтернатива цивілізаційного вибору в координатах "Схід-Захід".

Гострота проблеми формування загальнонаціонального консенсусу зумовлює необхідність розробки та впровадження якісно нового, високоефективного інформаційного супроводження курсу на інтеграцію України до ЄС і НАТО.

Відповідна кампанія, що здійснювалася під час реалізації державних програм інформування громадськості з питань європейської і євроатлантичної інтеграції у 2004-2007рр. була непослідовною, суперечливою, непідконтрольною суспільству, позбавленою необхідного рівня координації та контролю, належного ресурсного забезпечення, – відтак неефективною. Вона не досягла намічених результатів. Громадяни відчувають брак інформації про ЄС і НАТО. Низькою є їх обізнаність про ці організації, здобутки та проблеми європейської і євроатлантичної інтеграції України.

Сьогодні розпочинається нова фаза інформаційного процесу. Вже розроблені і подані на розгляд Кабінету Міністрів проекти державних цільових програм інформування громадськості з питань європейської і євроатлантичної інтеграції на 2008-2011рр. На урядовому рівні прийняте рішення про створення Національного агентства європейської інтеграції, яке має стати головною координуючою структурою в системі центральних органів виконавчої влади з питань формування та реалізації державної політики європейської інтеграції України, включно з її інформаційною складовою.

Зрозуміло, що при виконанні програм інформування, налагодженні нової системи їх реалізації, координації та контролю необхідно враховувати як позитивний, так і негативний досвід попередніх інформаційних кампаній в Україні, а також успішний досвід країн-нових членів ЄС і НАТО.

У цьому дослідженні представлена спроба проаналізувати в контексті відповідного іноземного досвіду здобутки та недоліки державної інформаційної політики у сфері європейської та євроатлантичної інтеграції, надати своє бачення шляхів та механізмів інформаційного забезпечення зовнішньополітичного курсу на західному напрямі.

Аналітична доповідь складається з трьох розділів.

У першому розділі розглядаються умови, специфіка та характер інформаційного забезпечення європейської і євроатлантичної інтеграції в країнах Центрально-Східної Європи та Балтії. Характеризується організаційне, нормативно-правове, фінансове забезпечення їх курсу на вступ до ЄС і НАТО, окреслюються особливості співробітництва влади з громадськими організаціями.

У другому розділі надається характеристика державної інформаційної політики у сфері європейської і євроатлантичної інтеграції, аналізується перебіг виконання відповідних державних цільових програм інформування громадськості України. Оцінюється рівень нормативно-правового, інституційного, кадрового та фінансового забезпечення їх реалізації.

У третьому розділі пропонуються заходи, спрямовані на підвищення ефективності інформаційного забезпечення курсу України на приєднання до ЄС та вступу до НАТО.

1. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СУСПІЛЬНОЇ ПІДТРИМКИ ВСТУПУ ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇН ДО ЄС І НАТО: ДОСВІД ІНФОРМАЦІЙНИХ КАМПАНІЙ

Шлях України до ЄС і НАТО не є унікальним. Такий шлях успішно подолали постсоціалістичні країни Центрально-Східної Європи (ЦСЄ) і Балтії, які набули членство в Європейському Союзі і приєдналися до євроатлантичної системи безпеки. Так, членами ЄС у 2004р. стали Естонія, Латвія, Литва, Польща, Словаччина, Словенія, Угорщина, Чехія; у 2007р. – Болгарія і Румунія. Членами НАТО у 1999р. – Польща, Угорщина, Чехія; у 2004р. – Болгарія, Естонія, Латвія, Литва, Румунія, Словаччина і Словенія.

Успішність процесів приєднання визначалася, насамперед, консенсусом політичних еліт, реальними здобутками в демократичному реформуванні та підвищенні рівня життя громадян, а також – ефективністю інформаційних кампаній, їх чітким інституційним і достатнім фінансовим забезпеченням, використанням різноманітних форм і засобів інформування, що забезпечило відповідність інформаційної кампанії суспільним запитам. Однією з головних передумов успіху була також співпраця органів державної влади з неурядовими організаціями (НУО).

У кінцевому підсумку було забезпечено суспільну підтримку курсу держав на європейську і євроатлантичну інтеграцію.

У цьому розділі наводиться стислий огляд характеристик суспільно-політичної ситуації, в якій держави ЦСЄ і Балтії реалізували курс на приєднання до ЄС і НАТО, а також – особливостей розробки та виконання ними програм інформування громадськості.

1.1. СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ І ЄВРОАТЛАНТИЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ КРАЇН ЦСЄ І БАЛТІЇ

Досвід країн ЦСЄ і Балтії свідчить, що ключовою умовою успішності їх європейської та євроатлантичної інтеграції, стало створення стабільного, широкого консенсусу насамперед політичних еліт, а також структур громадянського суспільства навколо спільної мети – вступу до ЄС і НАТО. Завдяки цьому, фактично від самого початку постсоціалістичного розвитку цих країн зазначена мета дістала чітке і стабільне нормативно-правове оформлення та організаційне забезпечення.

Консенсус політичних еліт

Шлях до консенсусу в політичному істеблішменті країн ЦСЄ і Балтії, а згодом – у суспільстві не був простим: єдність позицій формувалася в боротьбі старих і нових еліт, у гострих загальнонаціональних дебатах, в активній і послідовній суспільно-політичній діяльності прихильників європейської і євроатлантичної інтеграції. Проте, слід підкреслити, що боротьба відбувалася переважно навколо часових меж і методів інтеграції.

Що ж до її напрямів, то ідею інтеграції до ЄС і приєднання до євроатлантичної системи безпеки поділяли практично всі провідні політичні сили країн ЦСЄ і Балтії, розглядаючи членство в ЄС як шлях до економічної стабільності та захищеності демократичних цінностей, а Північноатлантичний Альянс – як ефективну систему колективної безпеки, приєднання до якої відповідає національним інтересам їх країн.

Мотиви об'єднання національних політичних еліт були різними: усвідомлення європейської ідентичності, намагання позбавитися комуністичного минулого, досягнення європейських стандартів соціально-економічного розвитку, забезпечення ефективної безпеки країни, вихід з-під російського впливу та ін. Але в будь-якому разі ідея приєднання до євроатлантичної спільноти не була предметом масових маніпуляцій громадською свідомістю, інструментом боротьби за владу¹.

Так, у Словенії вже в першій половині 1990-х років представники політичної еліти, партій і громадських об'єднань досягли консенсусу і проголосили вступ до НАТО і ЄС стратегічною метою країни. Положення про підтримку цього курсу містилися в декларація

¹ Докладно див.: Зарубіжні політики та дипломати про роль політичної еліти. – Національна безпека і оборона, 2003, №9, с.49-54.

усіх провідних партій². В Румунії в листопаді 1993р. 14 політичних партій підписали Протокол про створення “Національної Консультативної Ради з питань євроатлантичної інтеграції”.

У Чехії програмні документи провідних політичних партій – як провідних, так і опозиційної Громадянської демократичної партії в період приєднання країни до євроатлантичних структур містили положення, спрямовані на інтеграцію в НАТО. Так само в Угорщині членство країни в НАТО з 1994р. підтримували як партії урядової коаліції, так і опозиційні (Незалежна партія дрібних господарів та Угорський демократичний форум).

Другою принциповою обставиною є те, що навколо ідей членства об’єдналися переважна більшість політичних еліт, які представляли партії усього політичного спектру, з колишніми комуністами включно. Так, Соціал-демократична партія Литви (яка об’єднала литовських екс-комуністів) підтримала вступ країни до ЄС і НАТО. У травні 2001р. всі парламентські партії підписали угоду щодо оборонної політики Литви, в якій стверджувалося, що довгострокову і стабільну безпеку країни може гарантувати лише її участь в Альянсі. В Угорщині вступ країни до НАТО підтримала Угорська соціалістична партія.

Так само в Болгарії навколо ідей членства в ЄС об’єдналися більшість впливових партій лівого, правого та центристського спрямування. За словами Посла Болгарії в Україні А.Ганева: “Членство Болгарії в ЄС стало результатом багаторічної виключно активної роботи абсолютно всіх державних інститутів Болгарії. Тому, що у нас ідея вступу до ЄС викликала безпрецедентний політичний консенсус. Тобто всі політичні сили погодилися з тим, що необхідно вступати до Євросоюзу”³. Однією з потужних політичних партій, яка підтримала ідеї європейської і євроатлантичної інтеграції Болгарії, стала Болгарська соціалістична партія (спадкоємиця Болгарської комуністичної партії).

Консенсус політичних еліт відчутною (якщо не визначальною) мірою підсилювався консенсусом інтелектуалів та осіб, яких зазвичай називають “совістю нації”. Так, коли у 2002р. Уряд Румунії і лідери парламентських партій уклали Декларацію про підтримку зусиль щодо інтеграції країни в НАТО. Король Михайл, румунський патріарх Теоктист і Президент І.Ілієску звернулися до всіх румунів світу з проханням “підтримати батьківщину в час великих змін”. Такі кроки осіб, які користуються авторитетом у суспільстві, мають великий вплив і на політичні еліти, і на громадську думку.

Про рівень довіри суспільства до консолідованих політичних сил свідчить, наприклад, факт приєднання Болгарії до НАТО без проведення референдуму. Це рішення, прийняте 18 березня 2004р. на урочистому засіданні Парламенту, підтримали 226 депутатів, проголосували проти – лише чотири⁴.

Отже, можна констатувати, що у країнах ЦСЄ і Балтії переважна більшість політичних еліт, політичних сил і партій об’єдналися навколо ідей членства в ЄС і НАТО, незалежно від їх актуальних позицій у владі (урядові/опозиційні) та належності до того чи іншого сегменту політичного спектру (ліві, праві, центристи, включно з колишніми комуністами). Саме це стало запорукою незмінності політичного курсу названих країн і однією з передумов його суспільної підтримки.

Інституційне забезпечення курсу на європейську і євроатлантичну інтеграцію

Нормативно-правове забезпечення. В усіх країнах ЦСЄ і Балтії в тій чи іншій формі курс на вступ до ЄС і НАТО був закріплений на законодавчому рівні в документах стратегічного характеру. Наприклад, у Стратегії національної безпеки Румунії зазначено, що НАТО та ЄС є єдиними міжнародними структурами, які “спроможні гарантувати незалежність та суверенітет, сприяти економічному, політичному та соціальному розвитку, який є притаманним демократичним країнам”⁵. Виконання критеріїв вступу до цих організацій визначено як головні національні інтереси країни.

Не відомий жоден випадок внесення змін до означених стратегічних документів, які б принциповим чином змінювали або скасовували напрям інтеграційних прагнень країн, що взяли курс на вступ до ЄС і НАТО.

Послідовність політики європейської і євроатлантичної інтеграції забезпечувалася, незалежно від змін складу чи глав урядів. Так, в Естонії з 1992р. до моменту вступу до ЄС змінилося шість урядів і п’ять прем’єр-міністрів, проте інтеграційний процес залишався неперервним і послідовним.

Організаційне забезпечення⁶. Всі країни мали в системі центральних органів виконавчої влади певний координаційний орган (самостійний чи як департамент центрального органу влади), який опікувався завданнями євроінтеграції і координував діяльність у цьому напрямі інших органів та установ. В більшості країн у системі центральних органів виконавчої влади були створені спеціальні структури (як правило, у статусі міністерств або вище), очолювані або контролювані главами урядів (Болгарія, Естонія, Латвія, Литва, Польща, Словенія). В інших – функції координації діяльності органів влади покладалися на зовнішньополітичне відомство (Чехія, Угорщина).

Як правило, головний координаційний орган залишався у своєму статусі до досягнення поставленого перед ним завдання, що забезпечувало стабільність усієї організаційної виконавчої структури. Та обставина, що названий орган очолював або контролював прем’єр-міністр свідчить не лише про статус органу, але й насамперед – про серйозність намірів уряду виконувати взяті на себе зобов’язання з інтеграції.

² Консолідація всіх політичних сил навколо цього питання сприяла тому, що більшість населення на референдумі щодо вступу в НАТО (23 березня 2003р.) підтримала приєднання до Альянсу.

³ Посол Болгарії Ангел Ганев: “ЕС в первую очередь оценивает, как были проведены необходимые реформы”. – Обозреватель, 25 марта 2006г. – <http://www.obozrevatel.com>

⁴ Загальна чисельність Народних Зборів Республіки Болгарія – 240 депутатів

⁵ Докладно див.: Досвід пошуку політичними партіями держав останніх двох хвиль розширення НАТО консенсусу щодо політики по відношенню до Альянсу. – <http://www.ukraine-nato.gov.ua>

⁶ Досвід Болгарії, Естонії, Латвії, Литви, Польщі, Словенії докладно проаналізований у виданні: Порівняльний огляд механізмів координації євроінтеграції п’яти нових держав-членів ЄС та двох країн-кандидатів, жовтень 2007. – Фонд Глобальних можливостей МЗС Великобританії.

1.2. ІНФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКОСТІ З ПИТАНЬ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Уряди країн ЦСЄ і Балтії були свідомі того, що членство в ЄС є справою не лише політичних еліт, а торкається всіх без винятку суспільних груп і впливає практично на всі сфери їх повсякденного життя. Тому необхідно, щоб суспільство оволоділо, *по-перше*, знаннями про ЄС і його функціонування, *по-друге*, про переваги і втрати від членства країни в цій організації, *по-третє*, про вплив членства на повсякденне життя тих чи інших соціальних груп населення країни. Вважалося, що підтримка громадянами членства має ґрунтуватися на раціональних засадах.

Крім того, Європа мала негативний досвід, який став дієвою пересторогою для всіх країн-кандидатів: у 1994р. громадяни Норвегії з мінімальною перевагою

(52%) проголосували проти вступу до ЄС. Уряди країн-кандидатів поставили за мету уникнути подібного досвіду.

Зрозуміло, що інформаційними кампаніями справа не обмежувалася. Успішність формування суспільної підтримки курсу на приєднання до ЄС (і НАТО) була зумовлена насамперед реальними діями урядів країн ЦСЄ і Балтії в демократичному реформуванні та підвищенні соціальних стандартів і рівня життя громадян⁷. Однак, це жодною мірою не применшує доцільності та важливості інформування громадян і забезпечення їх підтримки зовнішньополітичних кроків влади.

Дані про нормативне, інституційне, фінансове забезпечення програм інформування узагальнені в таблиці “*Забезпечення інформування громадськості країн ЦСЄ і Балтії про європейську інтеграцію*”.

Забезпечення інформаційних кампаній стосовно європейської інтеграції у країнах – нових членах ЄС

Країна	Орган, що відповідає за європейську інтеграцію	Орган, що координував виконання програми інформування	Програма інформування, період проведення	Фінансування програми	Мережа регіональних центрів інформування*
Болгарія	МЗС <i>Ministry of Foreign Affairs</i>	Директорат з питань інформації, зв'язків з громадськістю та європейської комунікації <i>Information, Public Relations and European Communication Directorate</i>	Комунікаційна стратегія з підготовки членства Болгарії у ЄС <i>Communications Strategy for the Preparation of Bulgaria for Membership in the EU 2002-2007</i>	н/д	11
Естонія	Державна канцелярія Естонії, підпорядковане Прем'єр-міністру <i>State Chancellery</i>	Секретаріат Інформації про ЄС <i>European Union Information Secretariat, ELIS</i>	Стратегія інформування громадськості про ЄС <i>EU Information Campaign Strategy 1997-2003</i>	€1,02 млн. (включаючи кошти від ЄК). Надавалися гранти НУО по €33,5 тис., незалежно від того, які позиції щодо вступу вони пропагували	17
Латвія	Бюро з європейської інтеграції, підпорядковане Прем'єр-міністру <i>European Integration Bureau</i>	Департамент інформування громадськості Бюро з європейської інтеграції Урядова робоча група “Латвія в Європі” <i>Government Task Force Latvija Eiropa</i>	Інформаційна кампанія перед референдумом: Латвія в Європі – Стратегія народної кампанії. <i>Latvia in Europe – Strategy for People's Campaign 2003</i>	€1,6 млн.	
Литва	Європейський Комітет (створений замість Міністерства європейських справ), підпорядкований Прем'єр-міністру <i>European Committee</i>	Європейський Комітет <i>European Committee</i>	Стратегія інформування та освітньої підготовки громадськості до вступу до ЄС <i>Strategy on Public Information and Education Preparing for Membership of EU 1998-2003</i>	€290 тис. на рік, €1,5 млн. у 2003р. – перед референдумом. За даними ЄК, загальні витрати – €3,3 млн.	10
Польща	Офіс Комітету європейської інтеграції, підпорядкований Прем'єр-міністру <i>Office of the Committee for European Integration, UKIE</i>	Департамент європейської інформації <i>European Information Department, DI</i> Центр європейської інформації <i>The European Information Centre, CIE 1997</i>	Програма інформування громадськості <i>Public Information Program, PIS 1999-2002</i>	€11 млн. (приблизно €3 млн. на рік)	16
Румунія	Міністерство європейської інтеграції <i>Ministry of European Integration</i>	Інформаційний центр Міністерства європейської інтеграції <i>Information Center MEI</i>	Інформація заради інтеграції <i>Information for Integration 2005</i>	н/д	27
Словаччина	Відділ з питань європейської інтеграції, підпорядкований уряду <i>The European Issues Section of the Office of the Government of the SR</i>	Департамент побудови інститутів та освіти населення при відділі з питань Європи Кабінету Міністрів <i>The Institution-building and Population Education Department under the European Issues Section of the Office Government of the SR</i>	Інформаційна стратегія Уряду Словацької Республіки для підготовки населення до вступу СР до ЄС <i>The Communication Strategy of the Government of the Slovak Republic for the Preparation of the Membership of the SR in EU 1999-2004</i>	€1,2 млн., у т.ч. – €264 тис. на інформаційну кампанію перед референдумом	12
Словенія	Урядове управління з європейських справ, підпорядковане міністру без портфеля з європейських справ	Управління зв'язків з громадськістю та ЗМІ <i>Public Relations and Media Office</i>	Інформування словенської громадськості про вступ Словенії до ЄС <i>Informing the Slovene Public on the EU Slovenia's Accession 1997-2004</i>	Витрати бюджету за 1997-2003рр. – €2,47 млн., у т.ч. €0,25 перед референдумом (січень-березень 2003)	10
Чехія	МЗС <i>Ministry of Foreign Affairs</i>	Відділ інформаційної стратегії МЗС <i>Communication Strategy Section, OKS</i>	Інформаційна стратегія Чеської Республіки напередодні її вступу до ЄС <i>Czech Republic's Communication Strategy Prior to its Entry to the EU 1997-2003</i>	€6,3 млн.	17
Угорщина	МЗС <i>Ministry of Foreign Affairs</i> Офіс Прем'єр-Міністра <i>Prime Minister's Office</i>	Громадський фонд зв'язків з ЄС <i>EU Communication Public Foundation</i>	Урядова інформаційна стратегія підготовки вступу до ЄС <i>Government Communication Strategy Preparing Accession to the EU 1995-2003</i>	Від €1,1 млн. до €3,4 млн. на рік (суми зростали мірою наближення референдуму). Інформаційна кампанія поза межами Угорщини – від €0,3 до €1,1 млн.	20

* В окремих країнах дані про центри інформування можуть не охоплювати діяльність інформаційних мереж неурядових організацій.

⁷ Так, за даними Програми розвитку ООН, за Індексом людського розвитку у 2003р. Литва посіла 39 позицію серед 177 країн світу – проти 47 позиції в 1999р. серед 162 країн, Естонія – 38 проти 44, Польща – 36 проти 38, відповідно.

Нормативне забезпечення

Як видно з таблиці, в усіх країнах, які взяли курс на членство в ЄС, були запроваджені спеціальні програми інформування, що мали на меті забезпечення як суспільної підтримки членства, так і належної поінформованості громадян – з тим, щоб їх позиція була максимально свідомою і ґрунтувалася на достатніх знаннях і раціональних засадах.

Особливості підготовки програм (стратегій) інформування. Як правило, розробці програм передували соціологічні дослідження: (1) ставлення громадян до ЄС; (2) ступеня їх поінформованості про цю структуру; (3) запитів на інформацію різних соціальних груп.

Соціологічні дослідження мали цільове спрямування на певні суспільні групи, серед яких обов'язково вирізняли молодь і ті професійні групи, які формують громадську думку.

Так, в Угорщині на замовлення МЗС було здійснено соціологічне опитування чотирьох цільових груп: молоді, журналістів, мешканців відсталих аграрних районів, дорослого населення країни загалом⁸. У Румунії були проведені дослідження у фокус-групах цільових аудиторій: учнів і вчителів у сільській місцевості; студентів; менеджерів малого і середнього бізнесу; активних жінок у містах. Надалі саме для цих груп були розроблені та виконані цільові інформаційно-просвітницькі кампанії.

На основі результатів соціологічних опитувань формувалася стратегія інформаційних кампаній, відповідно до запиту на інформацію окреслювався її зміст, відповідно до ступеня поінформованості та загального освітньо-культурного рівня – визначалися засоби та форми подання інформації.

Другою особливістю підготовки програм (стратегій) інформування було **залучення до цього процесу фахівців з реклами та PR-технологій**. Так, професійні рекламні агентства залучалися до підготовки стратегії державної інформаційної кампанії стосовно вступу до ЄС Словенії. В Чехії тендер на кращу стратегію інформування виграла неурядова організація “Європейська інтеграція”, заснована фахівцями з реклами, яка й розробила стратегію державної інформаційної кампанії 2002-2004рр.

Проведення вихідних соціологічних досліджень майбутньої аудиторії і залучення фахівців до процесу підготовки програм слугувало гарантією ефективності інформаційних кампаній і виправдовувало відповідні витрати.

Організаційне забезпечення

Розробка та виконання державних програм з інформування громадськості мали чітке і розгалужене організаційне забезпечення. Відповідальність за нього була покладена або на спеціальні підрозділи згаданих вище структур з європейської інтеграції (Латвія, Литва, Румунія), МЗС (Болгарія, Чехія) або органи, спеціально

створені для інформування (Естонія, Польща, Словаччина, Словенія, Угорщина). **У будь-якому випадку забезпечувалася чітка координація між органами з інформування та іншими державними структурами, їх підпорядкованість і контроль їх дій з боку вищої державної інституції.**

На органи з інформування покладалася функція підготовки стратегії (програми) інформування, моніторингу її виконання, співпраці з іншими державними структурами, муніципалітетами, органами місцевого самоврядування. Вони також готували інформаційні матеріали, освітні програми, надавали консультації державним структурам, замовляли соціологічні дослідження тощо. В окремих країнах на них покладалася також функція підвищення кваліфікації державних службовців у сфері євроінтеграції.

Зазначені органи створювали мережу (або надавали підтримку її створенню) регіональних центрів європейської інформації, діяльність яких, як правило, адміністрували неурядові організації. Вважалося, що саме регіональні центри є найбільш важливими майданчиками не лише для розповсюдження інформації, але й – що головне – для проведення публічних громадських дискусій між державними структурами і громадськістю.

До завдань органів з інформування належали також забезпечення співпраці з неурядовими організаціями, а також – з представництвом у країні Європейської Комісії та посольствами держав-членів ЄС, які також залучалися до роботи з інформування громадян.

Таким чином, до інфраструктури, що забезпечувала виконання програм, крім відповідних державних органів, органів місцевого самоврядування муніципалітетів, реально залучалися мережі регіональних центрів, неурядові організації, представництва Європейської Комісії та посольства держав-членів ЄС.

Участь неурядових організацій. Без особливого перебільшення можна стверджувати, що неурядові організації відігравали ключову роль у виконанні державних програм інформування громадськості країн ЦСЄ і Балтії.

Як зазначалося вище, неурядові організації брали участь у розробці або розробляли самостійно стратегії інформаційних кампаній, адміністрували роботу регіональних центрів європейської інформації, які координували діяльність і взаємодію органів місцевої влади та НУО⁹.

Але головним ефектом участі неурядових організацій у виконанні державних програм інформування було те, що саме вони трансформували питання членства з “їх” питання в “наше”, з питання держави, уряду, політиків, військових (якщо йдеться про НАТО) – в питання кожного громадянина¹⁰. З одного боку, цьому сприяв сам статус неурядових організацій, з іншого – форми діяльності, до яких вони здебільшого вдавалися: громадські дискусії, диспути, круглі столи

⁸ Дослідження (серія з чотирьох опитувань) було проведене на замовлення МЗС агентством за рахунок програми PHARE.

⁹ Так, у Польщі у вересні 1999р. було оголошено відкритий конкурс на право адміністрування регіональних інформаційних центрів, у якому взяли участь 130 НУО, органів місцевого самоврядування та вищих навчальних закладів. НУО виграла конкурс стосовно більшості регіональних інформаційних центрів.

¹⁰ Саме так оцінили співпрацю з громадськими організаціями виконавці програми інформування громадян Словаччини стосовно її приєднання до НАТО Див.: *Slovakia's Road to NATO: a Story of Public Opinion, Bratislava, 2002.*

тощо. Запрошені до участі в цих заходах державні особи не головували, а на рівних засадах брали участь у дискусії і змушені були відповідати іноді на “незручні” питання, торкатися тем, які зазвичай обходять в офіційних виступах та інтерв’ю. Іншими словами, громадські організації створювали контекст дискусії між рівними, однаковою мірою зацікавленими сторонами, що дійсно сприяло усвідомленню учасниками дискусії її предмету як “свого” власного питання.

Фінансове забезпечення

Як свідчать приблизні дані, наведені в таблиці “Забезпечення інформаційних кампаній стосовно європейської інтеграції у країнах – нових членах ЄС” (с.5), витрати країн-кандидатів на інформування про європейську інтеграцію були досить значними. У розрахунку на 1000 осіб населення, вони становили в середньому €100-300 на рік¹¹.

Значну фінансову допомогу в інформуванні надавали країнам-кандидатам країни-члени ЄС, а також його структури – насамперед, Європейська Комісія (переважно через програму PHARE). Так, протягом 2000-2003рр. допомога в межах цієї програми склала загалом від €2,05 млн. – Естонії, до майже €5,2 млн. – Польщі (таблиця “Розподіл коштів Європейської Комісії...”).

Розподіл коштів Європейської Комісії (програма PHARE) на здійснення інформаційних заходів

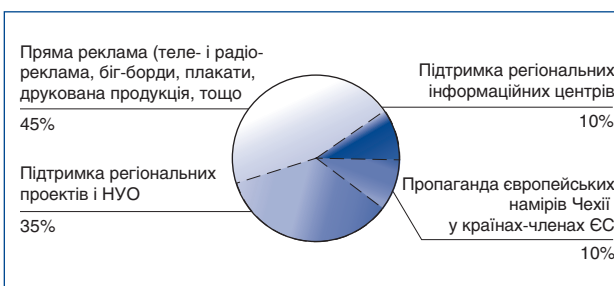
Країна	Бюджет, € тис.				Всього
	2000	2001	2002	2003	
Болгарія	370	550	620	700	2 240
Естонія	325	611	560	550	2 046
Латвія	390	670	550	550	2 160
Литва	375	680	700	750	2 505
Польща	600	1 559	1 700	1 300	5 159
Румунія	500	850	950	1 500	3 800
Словаччина	400	650	660	1050	2 760
Словенія	365	720	870	1 100	3 055
Угорщина	638	1 000	1 170	1 200	4 008
Чехія	530	900	1 100	1 100	3 630
Всього	4 493	8 190	8 800	9 800	31 363

Визначаючи обсяги допомоги, ЄК орієнтувалася як на чисельність населення тієї чи іншої країни-кандидата, так і на рівень підтримки ним курсу на вступ до ЄС. Водночас, мірою наближення референдуму обсяги, як правило, зростали. Так само зростали бюджетні витрати самих країн.

Значна частина фінансування, як зазначалося вище, спрямовувалася на підтримку інформаційної діяльності та інших проектів НУО в межах інформування громадськості. У Словенії НУО використали третину загального бюджету державної Програми інформування; зокрема, майже чверть коштів була спрямована на реалізацію 540 спільних з громадськими організаціями інформаційно-просвітницьких проектів. У Чехії на малі регіональні проекти і проекти НУО було спрямовано до 35% загального обсягу фінансування

програми “Інформаційна стратегія Чеської Республіки напередодні її вступу до ЄС”, приблизно 10% – на підтримку діяльності 17 регіональних центрів євроінтеграції, які координували роботу і взаємодію органів місцевої влади та НУО (діаграма “Приблизна структура витрат на виконання Інформаційної стратегії Чеської Республіки...”).

Приблизна структура витрат на виконання Інформаційної стратегії Чеської Республіки напередодні її вступу до ЄС (1997-1999рр.)



Особливо примітним є те, що бюджетне фінансування часто виділялося громадським організаціям, незалежно від того, яку позицію стосовно вступу до ЄС вони пропагували – підтримки чи заперечення.

Особливості процесу інформування

Практика країн ЦСЄ і Балтії засвідчила, що проблемами з громадською підтримкою вступу до ЄС зростали мірою наближення до членства (референдуму з питання вступу), оскільки саме на заключних стадіях інтеграції в інформаційний простір надходила найбільша кількість інформації про реальні чи уявні проблеми членства, що посилювало скептичні настрої або апатію громадян. Таким чином, стратегію і тактику інформаційних кампаній визначало завдання переконливого виграшу референдумів.

Тому, як правило, інформування громадськості здійснювалося протягом кількох років і завершувалося інтенсивною кампанією напередодні референдумів з питання вступу до ЄС. Головною метою було загітувати громадян голосувати за вступ до ЄС на референдумах у 2003-2004рр. Кампанії проходили під загальним гаслом “Повернення до Європи”, були побудовані як широкомасштабні рекламні акції. Тематичними пріоритетами були позитивні наслідки від вступу до ЄС для різних цільових груп і країни загалом.

У таких країнах, як Естонія, Латвія, Литва, Польща, Чехія були реалізовані інформаційні проекти, які за своєю суттю є референдумними кампаніями, що мали переважно короткостроковий та інтенсивний характер і були спрямовані на досягнення як достатньої явки виборців, так і власне позитивного голосування. При цьому, питання явки (через низький інтерес виборців до референдумів) у більшості випадків було навіть більш важливим, ніж власне підтримка, а самі референдуми в Литві, Польщі, Словаччині та Чехії відбувалися протягом двох днів.

Форми, засоби та характер інформування. В інформаційних кампаніях використовувалися практично всі канали, форми та засоби інформування,

¹¹ Для підрахунку використані дані NationMaster про чисельність населення країн світу у 1998р. Згідно з ними, населення країн ЦСЄ і Балтії становило (у млн. осіб): Болгарія – 8,26; Естонія – 1,39; Латвія – 2,41; Литва – 3,56; Польща – 38,67; Румунія – 22,5; Словаччина – 5,39; Словенія – 1,98; Угорщина – 10,27; Чехія – 10,29. Див.: <http://www.nationmaster.com>

реклами, пропаганди та агітації. Щонайбільша увага надавалася рекламі на радіо і телебаченні, засобам наочної пропаганди (плакати, біг-борди тощо). Зокрема, Чехія спрямувала на ці форми реклами приблизно 45% загального бюджету інформаційної кампанії.

У більшості країн були відкриті, як правило, безкоштовні інформаційно-довідкові телефонні лінії (*Europhone*, Словенія; Зелена лінія, Чехія), Інтернет-сторінки на порталах органів державної влади, громадських організацій, Інтернет-видань тощо; агітаційні автобуси (*Eurobus*, Словенія),

Видавалася тематична друкована продукція (брошури, буклети, проспекти, листівки тощо), яка розповсюджувалася не лише через бібліотеки, але й через поштові відділення, відділення банків, страхових компаній тощо (Чехія), а також – безпосередньо під час публічних акцій, які, своєю чергою, відбувалися в найрізноманітніших формах: від круглих столів і дискусій інтелектуалів до акцій у торговельних центрах (Польща).

Практикувалося також запровадження інформаційно-освітніх уроків у середніх загальноосвітніх закладах, спецкурсів – у вузах (Латвія); видання освітніх бюлетенів та довідкової літератури, розрахованої на старшокласників, студентів, фахівців.

Водночас, попри ту обставину, що інформаційна кампанія охоплювала такі методи, як реклама (пропаганда), агітація тощо, загалом **інформаційна діяльність була організована як комунікація, діалог, дискусія**, де уряди бачили своїм головним завданням стимулювати публічні дебати, а не нав'язувати чи диктувати певну наперед визначену думку.

Адресність інформування. Як правило, інформаційні кампанії будувалися з максимальним дотриманням принципу адресності (відповідності форми і змісту інформації запиту певної соціальної групи).

Так, у Словенії інформація була чітко орієнтована на тих, хто формує громадську думку, а саме: молодь (особливо – старшокласників), аграріїв, роботодавців, профспілки та ін. У Польщі виокремлено чотири пріоритетні групи-адресати повідомлень: ті, хто формує громадську думку (політики, журналісти, вчителі, священнослужителі, лідери суспільних і професійних груп); власники малих і середніх підприємств; селяни; молодь, яка вчиться.

Інформаційні запити, рівні поінформованості та загальні освітньо-культурні рівні цільових груп визначалися, як зазначено вище, шляхом регулярних соціологічних досліджень, за результатами яких коригувалися заходи, форми та засоби інформування.

Практикувалися також спеціальні соціологічні дослідження окремих цільових груп з метою забезпечення їх відповідним каналом і змістовним наповненням інформування. Так, у 1996р. в Литві на замовлення Європейської Комісії було проведено дослідження поінформованості політиків, державних службовців, журналістів, лідерів бізнес-середовища, причетних до європейської інтеграції. За результатами опитування, започатковане видання литовською мовою часопису ЄК “Європейський діалог”, який регулярно розповсюджувався серед 2000 представників литовської еліти.

Участь ЗМІ. Головними каналами інформування громадськості є, природно, засоби масової інформації – як державні, так і комерційні. У виконанні державних програм інформування акцент робився на державні та суспільні ЗМІ. В Угорщині з 1997р. державні ЗМІ почали виконання Програми поширення інформації. Головні щоденні друковані видання, державне радіо і телебачення започаткували цикли з висвітлення економічних, фінансових, трудових, соціальних, освітніх і культурних аспектів майбутньої інтеграції.

Водночас, уряди розглядали і державні, і комерційні ЗМІ як своїх партнерів у забезпеченні виконання програм.

Так, у 2001р. Уряд Польщі уклав угоду з Польським телебаченням і Польським радіо про співпрацю у сфері поширення інформації на тему європейської інтеграції Польщі¹². Водночас, була налагоджена співпраця з комерційними ЗМІ. В межах виконання програми надавалася фінансова допомога для виробництва інформаційних і рекламних продуктів, забезпечувалося навчання журналістів за кордоном та їх ознайомчі візити до країн ЄС, була спрощена процедура участі польських журналістів в офіційних зустрічах високого рівня з питань європейської інтеграції. Проводилися конкурси на отримання дольового державного фінансування проектів ЗМІ з європейського інформування. Так, у 2002р. на конкурсних засадах було виділено 44 дотації для ЗМІ різних рівнів, у 2003р. – 2,9 млн. злотих спрямовано на виконання 78 проектів (з 420 поданих на конкурси), у т.ч. 1,2 млн. злотих – на телевізійні проекти.

У Словенії, де головні завдання з інформування виконували державне телебачення і радіо, виникли певні труднощі із залученням до інформаційної кампанії комерційних видань, теле- і радіоканалів. Комерційні ЗМІ орієнтовані переважно на прибуток, а отже – на певну сенсаційність матеріалів, що знижувало їх зацікавленість у партнерстві з державою. Для підвищення рівня їх зацікавленості використовувалися такі форми роботи, як організація ознайомчих візитів журналістів до головних європейських столиць, матеріальне стимулювання спеціальних публікацій, тематичних розділів, теле- та радіопередач на спеціальні теми, проведення спеціальних брифінгів, організація ексклюзивних інтерв'ю тощо.

Окремі характеристики інформаційної кампанії у Словенії

Протягом інформаційної кампанії:

- надруковано 48 назв брошур загальним тиражем 5 млн. примірників;
- надано 11 млн. відповідей на дзвінки *Europhone*;
- *Eurobus* взяв участь у 332 заходах у різних містах країни;
- 32 студенти отримали премії за кращі роботи на тему ЄС і відвідали Брюссель чи Дублін;
- 150 журналістів взяли участь у дев'яти семінарах у Любляні; 65 – у 10 ознайомчих візитах до Брюсселя, Маастріхту та інших міст країн ЄС;
- профінансовано спільних з НУО проектів на загальну суму €800 000.

¹² Зокрема, великим успіхом користувалися телевізійні програми “Поляк = європеець”, “Європу можна полюбити”, “Євротел”. Докладно див.: Ілюк Т.М. Засоби масової інформації як партнери уряду у процесі інформаційних кампаній на тему європейської інтеграції в Польщі. – Ілюк Т.М. Засоби масової інформації як партнери уряду у процесі інформаційних кампаній на тему європейської інтеграції в Польщі. – Державне управління: теорія та практика, №2/2005. – <http://www.nbu.gov.ua/e-journals/Dutp/2005-2/txts/phil0/05itmjp.pdf>

Контроль. Важлива роль у контролі виконання програм інформування відводилася соціологічному моніторингу громадської думки. Так, у Чехії з 1996р., коли була подана заявка на членство в ЄС, Інститут вивчення громадської думки здійснював моніторинг ставлення чеських громадян до європейської і євроатлантичної інтеграції. Відчутну допомогу в соціологічних дослідженнях країнам-кандидатам надала Європейська Комісія, а саме – “Євробарометр” (*Eurobarometer*), відділ ЄК з аналізу громадської думки. Наприклад, на замовлення Центрально-Східного Євробарометра моніторинг громадської думки у Литві з 1991р. здійснювала дослідницька організація *Baltic Surveys*; в Угорщині – компанія *Modus Consulting Ltd*.

Моніторинг громадської думки дозволяв оперативно коригувати процес інформування та його цільові групи, застосування тих чи інших форм, засобів і каналів, загалом – був ефективним способом здійснення “зворотного зв’язку” між суб’єктами інформаційної кампанії та аудиторією.

Результати інформаційних кампаній з питань європейської інтеграції

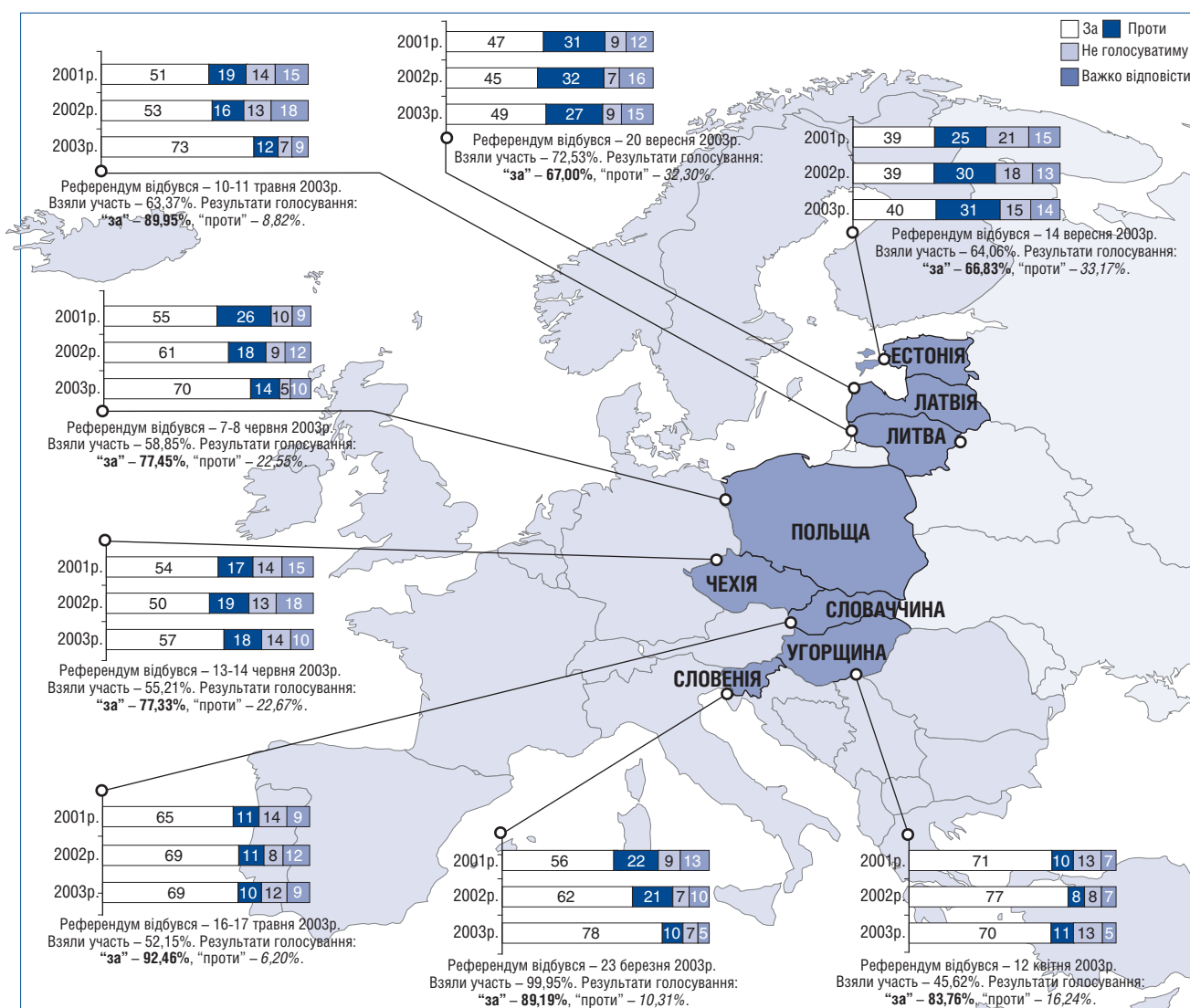
Загалом, урядам, громадським організаціям і ЗМІ країн ЦСЄ і Балтії вдалося провести комплексні цілеспрямовані інформаційні кампанії, які значною мірою посприяли як участі громадян у референдумах, так і підтримці ними вступу своїх країн до ЄС.

Як видно з діаграми “Якби завтра відбувся референдум...?”, протягом 2001-2003рр. рівень підтримки вступу до ЄС практично в усіх країнах відчутно зріс. Наприклад, у Литві – з 51% у 2001р. до 73% у 2003р.; у Словенії – з 56% до 78%, відповідно.

Рівень участі громадян у референдумі склав від 46% в Угорщині до фактично 100% у Словенії; рівень позитивного голосування – від 67% в Естонії і Латвії до 92% у Словаччині.

Отже, можна констатувати, що країни ЦСЄ і Балтії в цілому правильно обрали стратегію і

Якби завтра відбувся референдум з питання членства держави в ЄС, як би Ви голосували?¹
% опитаних



¹ Дослідження були проведені відділом Європейської Комісії з аналізу громадської думки “Євробарометр”. – Див.: *Candidate Countries Eurobarometer*; http://ec.europa.eu/public_opinion/cceb_en.htm. Результати референдумів див.: http://www.european-movement.org/enlargement/background_process.php

тактику інформаційних кампаній, відповідним чином визначили їх характер і забезпечили відповідність інформації запитам цільових груп її доступність і зрозумілість для них.

1.3. ОСОБЛИВОСТІ ІНФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯН З ПИТАНЬ ЄВРОАТЛАНТИЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Інформування громадськості стосовно приєднання країн ЦСЄ і Балтії до Альянсу відбувалося в рамках Планів дій з набуття членства (ПДЧ)¹³, невід'ємною частиною яких стали спеціальні інформаційні кампанії – в тих країнах де існували проблеми з рівнем громадської підтримки. Так, у ПДЧ Словаччини містилася Національна програма з підготовки до членства в НАТО (*NP PRENAME*), яка передбачала виконання, як складової, Громадської інформаційної стратегії. Натомість, наприклад, у Словенії під егідою Державного інформаційного управління (*Government Communication Office*) протягом 2001-2004рр. виконувалася окрема Програма інформування громадськості щодо вступу до НАТО (*The Public Awareness Programme on Accession in NATO*).

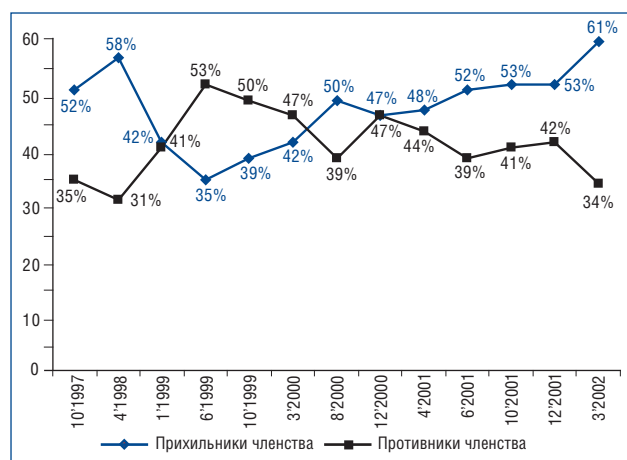
Як і у випадку інформування громадян стосовно членства в ЄС, інформаційні кампанії з приєднання до НАТО будувалися з урахуванням специфіки та запитів цільових суспільних груп, з використанням різноманітних форм і засобів інформаційної діяльності та в тісній співпраці органів державної влади з неурядовими організаціями. Так, МЗС і Міністерство оборони Латвії надавали максимальну підтримку Латвійській Трансатлантичній асоціації (*LATO*) та Латвійському Трансатлантичному молодіжному клубу (*LTJK*), що були головними провідниками ідеї членства країни в НАТО.

Складність забезпечення суспільної підтримки вступу до НАТО семи країн – Болгарії, Естонії, Латвії, Литви, Румунії, Словаччини і Словенії – полягала в тому, що їх приєднання до ПДЧ в 1999р. збіглося в часі з подіями в колишній Югославії¹⁴. На додаток, у країнах Балтії відчувався досить потужний тиск з боку Росії на керівництво як цих країн, так і НАТО, зокрема, через політико-дипломатичні канали. З одного боку, Росія пропонувала країнам Балтії гарантії безпеки, з іншого – погрожувала економічними санкціями в разі їх вступу до Альянсу та блокувала ратифікацію договорів про державні кордони¹⁵.

Тому інформаційні кампанії в цих країнах відбувалися в несприятливих умовах і для забезпечення суспільної підтримки членства в Альянсі мусили бути потужними та ефективними.

Вплив подій 1999р. в Югославії на громадську думку виразно відбився на динаміці суспільної підтримки вступу до Альянсу, наприклад, **Словаччини**. Як видно з діаграми “Динаміка рівня підтримки громадянами Словаччини членства в НАТО”, у квітні 1998р. зазначене членство підтримували 58% словаків, не підтримували – 31%. Проте, в червні 1999р. підтримка членства в Альянсі впала до 35%, число противників – зросло до 53%¹⁶. Активізувалися також противники членства в політичних колах країни.

Динаміка рівня підтримки громадянами Словаччини членства в НАТО (1997-2002рр.), % опитаних громадян



За словами Посла Словацької Республіки в Україні У.Руснака, вони “говорили про те, що ще не час, оскільки саме відбувалася війна проти Югославії; говорили про те, що не дамо зашкодити сербам, що там живуть наші брати, що там є і словаки. Цей крик опозиції народ підтримував тоді майже повністю: 80% словаків симпатизували сербам, і лише 20% були на стороні НАТО. А що стосується вступу до Альянсу, то цей крок підтримували 27% населення”¹⁷.

Тому Словацькому Уряду належало докласти максимуму зусиль для подолання негативного сприйняття

¹³ Польща, Чехія та Угорщина вступили до НАТО в 1999р., не виконуючи ПДЧ, оскільки процедура його виконання була запроваджена, власне, на підставі досвіду їх вступу.

У Польщі, за даними радника Посольства Республіки Польща в Україні Р.Ковальчука, членство в Альянсі з 1993р. стабільно підтримували більше половини громадян (57%), а напередодні вступу в березні 1999р. підтримка становила 67%.

В Угорщині в листопаді 1997р. був проведений загальнонаціональний референдум з питання вступу країни до Альянсу. “За” вступ проголосували 85% з числа громадян, які взяли участь у референдумі, “проти” – 15%. Таким чином, вступ Угорщини до НАТО підтримали 41,5% громадян, які мали право голосу, проголосували “проти” – 7%. Див.: Досвід пошуку політичними партіями держав останніх двох хвиль розширення НАТО консенсусу щодо політики по відношенню до Альянсу. – Сайт МЗС України, <http://www.ukraine-nato.gov.ua>

¹⁴ Після багаторічних невдалих спроб зупинити збройний конфлікт між югославською армією та Армією визволення Косово, який супроводжувався масовими етнічними чистками, Генеральний Секретар НАТО Х.Солана 24 квітня 1999р. віддав наказ про проведення силами Альянсу військової операції в Югославії. Операція тривала до 9 червня 1999р., коли між представниками армії Югославії і НАТО був підписаний договір про виведення військ і поліції Югославії з території Косово.

¹⁵ Див., наприклад: Шахрай С. “Бермудский треугольник” российско-балтийских отношений. – АиФ, 20 декабря 2000г., www.aif.ru; Зачем прибалтам в НАТО? Интервью с заместителем председателя Комитета Государственной Думы по международным делам К.Косачевым. – Российская Федерация сегодня, 2001, www.russia-today.ru

¹⁶ Джерело: *Slovakia's Road to NATO: a Story of Public Opinion*, Bratislava, 2002.

¹⁷ Посол Словакии Урбан Руснак: “На саммите НАТО в Бухаресте “нет” Украине не скажут”. – Главред, 19 февраля 2008г., <http://glavred.info>. Різними в соціологічних даних із наведеними у діаграмі “Динаміка рівня підтримки громадянами Словаччини членства в НАТО” зумовлено посиланням на різні соціологічні дослідження.

ДОСВІД ІНФОРМАЦІЙНИХ КАМПАНІЙ З ПРИВОДУ ЧЛЕНСТВА В НАТО

Словаччина. Для інформування громадян і забезпечення суспільної підтримки членства країни в Альянсі була розроблена Громадська інформаційна стратегія як частина Національної програми з підготовки до членства в НАТО, ухвалені і здійснювані в рамках Плану дій з набуття членства в НАТО (ПДЧ).

Пріоритети Програми: (1) підвищення обізнаності громадськості щодо НАТО, надання громадянам повної і всебічної інформації щодо Альянсу та перспектив, що випливали з членства в ньому Словаччини; (2) забезпечення суспільної підтримки членства Словаччини в Альянсі.

Для виконання Програми в 1999р. була заснована структура з 13 міжвідомчих робочих груп, кожна з яких відповідала за певний напрямок роботи.

Серед них – **Міжвідомча робоча група з інформування громадськості** (*Working Group for Public Information*), покликана формувати і виконувати Громадську інформаційну стратегію, координувати виконання її окремих напрямів державними органами та НУО. До її складу належали дорадчі експертні ради, Стратегічна і Креативна групи.

Організатори інформаційно-просвітницької кампанії пояснюють її успіх наступними факторами:

- інформаційна діяльність була організована як комунікація, діалог, дискусія, де Уряд бачив своїм основним завданням стимулювати публічні дебати, а не диктувати певну думку;
- обговорювалися теми не лише НАТО, але й ширшого контексту міжнародних відносин і міжнародної безпеки, а також – фундаментальні цінності євроатлантичної спільноти, майбутнє Словаччини, її місце в новому світі; завдяки цьому дискусія, яка спочатку роз'єднувала суспільство, стала об'єднуючим чинником;
- було доведено, що міжнародні відносини, безпека, питання зовнішньої політики, які багато людей вважали далекими від свого повсякденного життя, насправді безпосередньо їх стосуються;
- активна участь громадських організацій дозволила трансформувати питання членства в НАТО з "їх" (тобто політиків, уряду, військових) на "наше" (тобто громадян) питання;
- була забезпечена тісна взаємодія НУО з урядовцями, наприклад, представники МЗС, Міноборони, інших державних органів часто виступали як запрошені гості на заходах громадських організацій;
- пріоритетною адресною групою було визначено молоддь: з більш ніж 60 проектів, реалізованих у 2001-2002 рр., близько двох третин були адресовані студентам, старшокласникам і молоді загалом.

У громадських дебатах були використані всі можливі засоби та форми комунікації, які загалом можна поділити на дві групи: *перша* – освітньо-інформаційні проекти (лекції, дебати, семінари, книги, спеціальні (дискусійні) теле- та радіопрограми), *друга* – проекти з популяризації (короткі телероліки, постери на транспорті – не рекламного-пропагандистського характеру на користь членства у НАТО, а такі, що стосуються ширшої тематики суспільних дискусій), спеціальні заходи-події у публічних місцях (площах міст тощо), автобусні тури тощо). Ця група проектів була важливою для "наближення" теми НАТО до людей, не надто зацікавлених у тематичі, які не взяли б участі в заходах першої групи.

Якісна зміна ставлення словаків до євроатлантичної інтеграції дозволила тодішньому міністру закордонних справ Словаччини Е.Кукану стверджувати, що "історія громадської думки у Словаччині на її шляху до НАТО – це успішна історія".

Латвія. Головна особливість інформаційної кампанії в Латвії полягає в тому, що координуючі функції і переважну частину ресурсів зосередила у своїх руках неурядова структура – **Латвійська трансатлантична організація** (LATO), утворена в 1999р. шляхом об'єднання найбільш активної частини прихильників членства Латвії в Альянсі.

LATO ініціювала **впровадження механізмів координації зусиль державних органів (МЗС, Міноборони), донорів і громадських організацій на основі визнання спільної мети та необхідності співпраці заради її досягнення**. Були створені прозорі й ефективні процедури подання та розгляду заявок на фінансування із зрозумілою та оперативною системою прийняття рішень.

LATO декларувала позапартійність і чітко дотримувалася принципу неутручання в політичну конкуренцію, прагнула до якнайповнішої

репрезентативності; створила умови для оперативного реагування на виклики в інформаційній сфері. Відкритість до медіа – один із ключових комунікаційних принципів LATO.

Акцент інформаційної кампанії робився на поширення інформації про головні цінності, що об'єднують країни Альянсу.

Лише протягом 2001-2003рр. LATO організувала понад 30 публічних семінарів і дискусій з жителями Риги та регіонів Латвії, 20 громадських кампаній та кілька десятків молодіжних заходів. Протягом чотирьох років зроблено понад 400 публікацій у друкованих ЗМІ.

Однією з цільових програм була програма **"Безпека демократії – безпека особистості, сім'ї, суспільства"**, спрямована на представників національних меншин, насамперед, росіян (і російськомовних громадян загалом). Програма передбачала:

- підтримку суспільної інтеграції національних меншин, зокрема, через нові можливості, зумовлені вступом до системи колективної безпеки НАТО;
- навчання лідерів НУО, що працюють у середовищі меншин, з питань безпеки, зовнішньої політики; співробітництво з неурядовими організаціями меншин з інформаційного обміну; організацію спільних заходів на європейську, євроатлантичну тематику; залучення неурядових організацій та активістів меншин до співробітництва в питаннях зовнішньої політики;
- участь членів LATO у створенні рад з інтеграції (громадян), у проектах самоуправління громад, у т.ч. національних меншин.

За оцінкою генерального секретаря LATO М.Мартіна, інформаційна кампанія в Латвії була успішною тому, що (1) була добре підготовлена і спрямована на цільові аудиторії; (2) спиралася на ґрунтовно створений, розгалужений, координований за європейськими принципами механізм співпраці урядових структур із громадськими організаціями; мала постійну фінансову підтримку Уряду.

Болгарія. Головною структурою, що просувала ідею членства країни в Альянсі, стала неурядова організація **Атлантичний клуб Болгарії** (далі – Клуб), створений у 1999р. на позапартійних засадах групою молодих, демократично налаштованих парламентарів. Головна увага Клубу була зосереджена на інформуванні громадськості про проблеми світової безпеки та міжнародних відносин.

У його засіданнях брали участь провідні політичні діячі Болгарії: президенти країни Г.Парванов, П.Стоянов, Ж.Желев, прем'єр-міністри І.Костов, Ж.Віденов, Симеон Сакс-Кобург-Готський. У 2002р. Клуб організував візит до Болгарії Іоана-Павла II так його виступ перед 3500 провідних болгарських інтелектуалів, митців і вчених.

Клуб фактично "виховав" міністра закордонних справ країни С.Пасі, який в 1991-2001рр. був президентом Клубу, а надалі став помітним політиком і на європейській арені.

Клуб надавав значної уваги також зовнішньополітичному забезпеченню атлантичного курсу країни, концентруючи свої зусилля на США, де він налагодив співпрацю, зокрема, з Атлантичною радою США, Новою Атлантичною ініціативою, Американським єврейським комітетом.

У 1996р. поряд із Клубом почало діяти його своєрідне молодіжне крило – Болгарський євроатлантичний молодіжний клуб, який займався організацією візитів і публічних лекцій перед болгарською молоддю вітчизняних і закордонних експертів, а також – організовував ознайомчі візити молоді, зокрема, молодих політиків, до країн НАТО.

Іншим партнером Клубу стала Національна дискусійна асоціація (*National Debate Association*), також орієнтована на роботу переважно з молоддю. Асоціація охопила кілька тисяч індивідуальних учасників у головних містах країни і спиралася на роботу дискусійних клубів, створених практично при всіх головних вищих навчальних закладах.

У 1997р. під егідою Клубу почав працювати Інформаційний центр НАТО, який здійснював популяризаторсько-пропагандистську діяльність, створив електронну базу даних про НАТО і процес інтеграції до нього Болгарії, а також інформував міжнародну спільноту про атлантичні прагнення Болгарії.

До лобювання атлантичних прагнень Болгарії Клуб залучив також болгарську діаспору, виступивши у 2002р. з ініціативою "Лобі за Болгарію в НАТО" (*Lobby for Bulgaria in NATO*), зорієнтовану на підтримку позицій болгарського Уряду урядами інших країн під час підготовки і безпосередньо під час Празького саміту Альянсу.

Цікавим технологічним кроком Клубу стали ініціативи "атлантизації" топоніміки великих міст країни, на чийх картах з'явилися назви: Атлантична площа, площа Атлантичного Альянсу, паркова площа НАТО, площа Атлантичної солідарності тощо.

НАТО більшістю громадян і переконати їх у тому, що вступ до Альянсу відповідає національним інтересам країни. “Було дуже складно взяти на себе цю відповідальність, — стверджує У.Руснак, — Але ми бачимо, що навіть у таких складних умовах це можливо”¹⁸.

У Словаччині була проведена масштабна цілеспрямована інформаційна кампанія, що досягла успіху: вже на початку 2002р. число прихильників її вступу до НАТО зросло до 61%.

При цьому, можна припустити, що підтримка членства в Альянсі до подій в Югославії була у Словаччині значною мірою стихійною і зумовленою бажанням якнайшвидшого розриву з минулим. Після зазначених подій і відповідної інформаційно-просвітницької кампанії підтримка членства мала б бути більш свідомою, осмисленою та аргументованою.

Негативний вплив справили югославські події на громадську думку в **Болгарії**, де суспільна підтримка членства в Альянсі ніколи не була особливо високою¹⁹. Проте, консолідованій політичній еліті країни вдалося переломити ситуацію. *По-перше*, вона довела, що шлях до ЄС, членство в якому підтримували більшість болгарських громадян, пролягає через НАТО. *По-друге*, була проведена інтенсивна інформаційна кампанія (врізка “Досвід інформаційних кампаній з приводу членства в НАТО”²⁰, с.11). *По-третє*, як зазначалося вище, за вступ до Альянсу виступила Болгарська соціалістична партія (БСП), що мала вагому електоральну підтримку. І хоча рішення про вступ приймалося Парламентом, наступна перемога БСП на виборах засвідчила, що атлантичний курс загалом сприймається суспільством позитивно²¹.

У **країнах Балтії**, як зазначалося вище, відчувалася потужна протидія вступу до Альянсу з боку Росії, яка здійснювалася, крім політико-дипломатичних каналів, через російські ЗМІ та російську діаспору в цих країнах. За даними опитувань “Свробарометра”, якби референдум стосовно вступу до НАТО в Естонії, Латвії і Литві відбувся в 1997р., то членство в НАТО підтримали б там лише 30-35% громадян.

Ситуацію змінили, крім іншого, широкі інформаційні кампанії. Так, у 2001р. рівень підтримки членства в НАТО в Латвії складав 59% (причому серед етнічних латишів цей відсоток сягнув 70%, серед російськомовних національних меншин — 39%). У 2006р., напередодні Ризького самміту НАТО, зафіксовано найвищий показник підтримки членства Латвії в Альянсі — 78,8%²². В Литві у 2002р. суспільна підтримка членства країни в НАТО становила 75%. Переважна більшість громадян сприймали Альянс як організацію, що гарантує безпеку і сприяє позитивному інвестиційному клімату Литви²³.

Отже, в результаті цілеспрямованих зусиль, до яких вдалися національні еліти згаданих країн ЦСЄ і Балтії через механізми інформаційних кампаній,

здійснюваних у тісній співпраці між державними органами, громадськими організаціями та мас-медіа, вдалося загалом забезпечити як поінформованість громадян стосовно НАТО, так і суспільну підтримку членства в Альянсі.

ВИСНОВКИ

Огляд досвіду інформаційних кампаній стосовно європейської і євроатлантичної інтеграції країн-нових членів ЄС і НАТО свідчить про наступне.

Ключовою умовою успішності зазначених кампаній є наявність стійкого консенсусу політичних еліт навколо визначеного курсу інтеграції - що забезпечує відповідно стійкість і послідовність державної політики інтеграції та її інформаційного супроводу.

Розробці державних програм інформування мають передувати широкі соціологічні дослідження (як загальнонаціональні, так і дослідження цільових груп) з метою з'ясування ставлення громадян до курсу інтеграції, рівня їх поінформованості та запиту на інформацію.

До розробки програм інформування доцільно залучати фахівців з реклами та PR-технологій, що забезпечить професійний рівень програм і наступну ефективність їх виконання. Так само до розробки програм на якомога більш ранніх стадіях доцільно залучати їх майбутніх виконавців.

Головне завдання розробників програм полягає в тому, щоб забезпечити відповідність інформації запитам цільових груп, її доступність і зрозумілість для них.

Особливої уваги потребують такі цільові групи: (1) ті, хто впливають на формування громадської думки (журналісти, вчителі і педагоги, працівники культури, медики, священнослужителі (особливо в сільській місцевості) та ін. професійні групи); (2) молодь; (3) пенсіонери (у випадку, коли саме ця категорія є найбільш активними та дисциплінованими учасниками виборів, референдумів тощо).

Виконання програм мусить мати належне нормативно-правове, організаційне та фінансове забезпечення.

Організаційне забезпечення може бути побудоване за різними моделями, але в кожному випадку має бути забезпечена жорстка вертикальна та горизонтальна координація дій усіх залучених до виконання програми структур, що дозволить встановити та дотримуватися визначених пріоритетів.

Фінансове та інше ресурсне забезпечення має відповідати рівню вихідної поінформованості громадян і характеру їх ставлення до напрямку інтеграції.

Важливим і необхідним ресурсом держави у виконанні програм інформування є неурядові організації, тому що лише вони здатні перевести питання інтеграції з питання влади в питання кожного громадянина. ■

¹⁸ Там само.

¹⁹ Так, на початку 1990-х років, за твердженням экс-міністра закордонних справ Болгарії Соломона Пассі, вона не перевищувала 12%.

²⁰ Джерела: Шульга Д. Досвід інформаційно-просвітницької діяльності громадських організацій Словаччини з питань євроатлантичної інтеграції. — Ширша Європа: Бюлетень Європейської програми міжнародного фонду “Відродження”, 2006, №16; *Slovakia's Road to NATO: a Story of Public Opinion*, Bratislava, 2002.

²¹ Див.: Горбач В. Як Україну вступити до НАТО по-болгарськи. — Інститут євроатлантичного співробітництва, www.parlament.com. Автор, зокрема, наводить такі дані: станом на кінець 2007р., схвально оцінюють членство в НАТО 39% громадян Болгарії; не схвалюють — 17%; вагаються з оцінкою — 34%; не мають власної думки — 10%.

²² Support to Latvia's NATO membership continues to grow, Ministry of foreign affairs of Latvia. 14 Sep 2006. <http://www.am.gov.lv/en/security/news/4457/?pg=8175>

²³ Див.: Досвід пошуку політичними партіями держав останніх двох хвиль розширення НАТО консенсусу щодо політики по відношенню до Альянсу. — Сайт МЗС України, <http://www.ukraine-nato.gov.ua>

2. ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ І ЄВРОАТЛАНТИЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ

Вище керівництво України неодноразово проголошувало курс на європейську і євроатлантичну інтеграцію. Цей курс отримав також нормативно-правове оформлення та зафіксований у законодавчих і нормативних актах 1993-2007рр.

Проте, суспільна підтримка зазначеного курсу, як свідчать результати моніторингу громадської думки, є нестійкою, мінливою (насамперед – стосовно євроатлантичної інтеграції) та одночасно – не забезпеченою належним рівнем поінформованості про Європейський Союз та особливо – Організацію Північноатлантичного договору. За такої ситуації масова суспільна свідомість є вразливою до різноманітних маніпуляцій, внутрішніх і зовнішніх впливів. Тому говорити про можливість обґрунтованого, свідомого вибору більшості громадян немає підстав.

Влада України офіційно започаткувала програми відповідного інформування лише у 2004р. Вони були розраховані на чотири роки, їх виконання завершилось у 2007р. Тому є сенс окреслити особливості виконання програм, їх результати та насамперед – суспільно-політичний контекст, у якому вони виконувалися. Зокрема, наявність консенсусу політичних еліт навколо проголошеного курсу, оскільки, як випливає з досвіду країн-нових членів ЄС і НАТО, такий консенсус є одним із головних передумов забезпечення суспільної підтримки зовнішньополітичних кроків влади.

2.1. СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНИЙ КОНТЕКСТ ІНТЕГРАЦІЇ

Суспільно-політичний контекст є важливим, а якщо віднести до нього наявність/відсутність консенсусу політичних еліт, – то чи не вирішальним чинником результативності інформаційних кампаній із забезпечення суспільної підтримки певних кроків чи заходів державної політики, в т.ч. зовнішньої.

Як показує досвід окремих країн ЦСЄ і Балтії, де суспільна підтримка курсу на приєднання до ЄС і НАТО була низькою, саме зазначений консенсус став запорукою успішності відповідних інформаційних кампаній, що виявилось, зокрема, в результатах референдумів з питання членства в ЄС.

Проблема консенсусу політичних еліт

Україна – єдина з держав СНД оцінюється експертами Freedom House як “вільна держава”. За результатами демократичних і ринкових трансформацій вона знаходиться серед таких країн, як Болгарія, Румунія, Сербія, Туреччина, Хорватія, які або вже стали членами ЄС, або безпосередньо претендують на це¹. Але подальше просування до європейських стандартів потребує узгоджених дій всіх впливових політичних сил.

Україна була серед перших країн, які приєдналися до ініційованої НАТО програми Партнерство заради миру (ПЗМ) у 1994р.; подальший діалог виявив спільний інтерес до формалізації особливого характеру взаємодії, наслідком чого стало підписання в 1997р. Хартії

про особливе партнерство, що є унікальним документом у практиці Альянсу. Формальний набір рішень щодо початку процедур набуття членства в НАТО був ухвалений у 2002-2003рр., однак характер тодішнього політичного режиму не відповідав мінімальним євроатлантичним критеріям, тому це питання не було внесено до порядку денного Альянсу.

Водночас, на відміну від країн ЦСЄ і Балтії, в Україні не склалося стабільного політичного та суспільного розуміння питання насамперед євроатлантичної інтеграції. Ставлення багатьох політичних сил до євроатлантичної проблематики є релятивним і залежить від політичної кон'юнктури. В Україні завжди існувала опозиція курсу на зближення з НАТО, а правлячі еліти змінювали свої тактичні пріоритети з кон'юнктурних міркувань. Так, наприкінці 1990-х років, попри успіхи імплементації Хартії про особливе партнерство, на рівні керівництва держави з кон'юнктурних міркувань існувала неформальна заборона навіть на вживання терміну “євроатлантична інтеграція”.

Ситуативний консенсус політичних еліт. Ситуація змінилася на початку 2000-х років, коли внаслідок ряду суперечливих обставин в Україні склався ситуативний консенсус політичних еліт з приводу необхідності інтеграції до НАТО. Протягом 2002р.-І половини 2004р. підтримку курсу на євроатлантичну інтеграцію виявляв безпрецедентно широкий спектр політичних сил: від опозиційних націонал-демократів до центристських партій, орієнтованих на тодішнього Президента Л.Кучму.

¹ Докладно див.: Розвиток демократії за оцінками Freedom House – Freedom in the World 2007 Subscores; <http://www.freedomhouse.org>; Індекс трансформації Фундації Бертельсманна. – <http://www.bertelsmann-transformation-index.de>

Наявність такого консенсусу відбилася, зокрема, в ухваленні нормативно-правових документів, більшість з яких дотепер не втратили актуальності, складаючи нормативно-правову базу курсу України на членство в НАТО. Серед них, насамперед – Рішення РНБО від 23 травня 2002р. “Про Стратегію України щодо Організації Північноатлантичного договору”, де кінцевою метою євроатлантичної інтеграції України визнається її членство в НАТО².

Найважливішим документом цього періоду став поданий Урядом В.Януковича та ухвалений конституційною парламентською більшістю 19 червня 2003р. Закон “Про основи національної безпеки України”, ст.8 якого запровадила до українського законодавства мету набуття членства в Організації Північноатлантичного договору. У червні 2004р. Президент Л.Кучма затвердив своїм Указом Воєнну доктрину України, де також була зафіксована мета набуття членства НАТО.

З-поміж документів зі сфери стратегічного планування слід назвати оприлюднену у 2004р. Стратегію економічного та соціального розвитку України на 2004-2015рр. “Шляхом європейської інтеграції”, розроблену під керівництвом Прем’єр-міністра В.Януковича. В ній сформульовано бажаний для України алгоритм набуття членства в НАТО: 2004р. – приєднання до ПДЧ, 2006р. – подання заявки на вступ, 2008р. – вступ України до НАТО.

Природа згаданого вище консенсусу заслуговує окремого аналізу – очевидно, що його учасники виходили з дещо різних міркувань, а фактор кон’юнктурного балансування відігравав провідну роль у системі мотивації тодішнього Президента України та його сателітних політичних сил. Водночас, **ситуативний “євроатлантичний консенсус” 2002-2004рр. був реальністю і продемонстрував принципову можливість досягнення спільної позиції переважної більшості політичних сил України щодо членства в НАТО.** Показово, що в той самий період соціологічні опитування фіксували найвищий рівень суспільної підтримки членства в НАТО – на рівні 32-34%, тоді як число противників його не перевищувало 40%.

З іншого боку, кон’юнктурний характер консенсусу зумовив його граничну нестабільність і вразливість. Наступний розвиток подій це підтвердив.

Відсутність консенсусу: 2004-2008рр. Уже під час президентських виборів 2004р. питання євроатлантичної інтеграції України перетворилося на розмінну політичну карту, коли політичними силами, які підтримували провладного кандидата, була розгорнута масштабна антизахідна кампанія.

У червні 2006р. ліворадикальні сили провели резонансну компанію у Феодосії, заблокувавши проведення навчань “*Sea Breeze-2006*”, а Верховна Рада Криму оголосила півострів “територією без НАТО”. Феодосійська міська рада, Херсонська та Харківська обласні ради ухвалили аналогічне рішення. Зокрема, депутати Харківської



міської ради ухвалили рішення “Про забезпечення позаблокового нейтрального статусу України і конституційних засад суверенітету і незалежності України на території Харківської області”.

Напередодні виборчої кампанії 2006р. опозиційний блок “Не так!” організував масштабний збір підписів для проведення загальнонаціонального референдуму щодо вступу України до НАТО (створено 109 ініціативних груп, зібрано понад 4 млн. підписів). На початку 2007р. в Севастополі, Миколаєві, Одесі, Запоріжжі та інших містах країни опозиційні партії – КПУ, СДПУ(о), ПСПУ – провели “консультативні референдуми” з цього питання.

Нарешті, В.Янукович, посівши вдруге пост глави Уряду, заблокував прискорення розвитку відносин з НАТО, заявивши на прес-конференції у Брюсселі 14 вересня 2006р., що Україна не готова приєднатися до ПДЧ.

У січні 2008р. знову розгорнулася антинатовська кампанія, приводом якої став лист керівництва країни на адресу Генерального Секретаря НАТО з пропозицією залучити Україну до ПДЧ³.

Усі ці події засвідчили, що дійсного консенсусу політичних еліт України навколо її євроатлантичного курсу немає.

Як засвідчили свого часу дослідження позицій інтелектуальної еліти країни, осіб, яких відносять до “совісті нації”, серед них також немає єдності позицій стосовно стратегічного напрямку розвитку та, зокрема, зовнішньополітичної інтеграції України⁴.

За такої ситуації, відповідно, суспільна підтримка євроатлантичної інтеграції відчутно знизилася, порівняно з часами “ситуативного консенсусу”, підтримка європейської інтеграції залишається порівняно високою, але нестійкою і мінливою.

Таким чином, суспільно-політичний контекст запровадження та виконання державних програм з інформування громадськості виявився несприятливим.

² Введена в дію Указом Президента України №627 від 8 липня 2002р. До важливих документів слід також віднести Постанову Верховної Ради №233 від 21 листопада 2002р. “Про рекомендації парламентських слухань про взаємовідносини та співробітництво України з НАТО”.

³ Докладно див.: Україна-НАТО: результати очікувань – Національна безпека і оборона, 2006, № 9 с. 3; 240 днів діяльності влади в новому форматі: оцінка неурядових аналітичних центрів – Національна безпека і оборона, 2007, №3 с.69; Робочі матеріали до громадських слухань. 100 днів діяльності української влади в новому форматі: оцінка дій в контексті дотримання демократичних цінностей. Київ, 2008. с. 74-75.

⁴ Див.: Жданов І., Якименко Ю. Україна у ХХІ столітті: виклики для політичної еліти. – Національна безпека і оборона, 2003, №9, с.2-30; Вітчизняні експерти про політичну еліту. – Там само, с.31-48.

2.2. ДЕРЖАВНІ ПРОГРАМИ ІНФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКОСТІ З ПИТАНЬ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ І ЄВРОАТЛАНТИЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Важливим документом періоду “ситуативного консенсусу” був Указ Президента України, яким затверджувалися Державна програма інформування громадськості з питань європейської інтеграції України на 2004-2007рр. та Державна програма інформування громадськості з питань євроатлантичної інтеграції України на 2004-2007рр. (далі – програми), а також визначалися органи державної влади, відповідальні за виконання програм, ставилися завдання утворення спеціальних структур для координування дій державних органів та інформаційної діяльності, встановлювалося, що на виконання програм мають розроблятися щорічні Заходи з виконання кожної з них⁵.

Таким чином, формальне державне інформування громадян України отримувало інституційне забезпечення: нормативно-правове та організаційне.

Виконання програм мало забезпечити:

- отримання громадянами України об’єктивної інформації про європейські та євроатлантичні інтеграційні процеси, цілі, принципи та основні напрями діяльності ЄС та НАТО, переваги членства в цій організації, стан та перспективи інтеграції України;
- усвідомлення громадянами України значення для національних інтересів реалізації цілей державної політики у сфері європейської та євроатлантичної інтеграції;
- формування широкої суспільної підтримки курсу України на європейську та євроатлантичну інтеграцію та набуття Україною членства в ЄС і НАТО.

Інституційне та ресурсне забезпечення виконання програм

Ефективність будь-якої програми визначає насамперед забезпечення її виконання – інституційне (нормативно-правове та організаційне) та ресурсне (фінансове, кадрове та інформаційне). Одним із важливих ресурсів виконання програм могла стати співпраця органів влади-виконавців програм із структурами громадянського суспільства.

Аналіз забезпечення виконання програм свідчить, що воно було неповним, контроль виконання – переважно формальним. Як результат – ефективність програм була низькою.

Нормативно-правове забезпечення. До нормативно-правової бази інформування громадськості з питань європейської і євроатлантичної інтеграції України належать насамперед названі вище законодавчі акти, якими визначається стратегічний курс України на приєднання до ЄС та Організації Північноатлантичного договору, самі державні програми та щорічні Заходи з їх виконання, які Кабінет Міністрів України має затверджувати до 10 грудня попереднього року.

Такі плани були розроблені та затверджені на всі роки виконання програм, однак встановлений термін ніколи не дотримувався.

Зобов’язання України з виконання Програми інформування з питань євроатлантичної інтеграції були внесені до щорічних Цільових планів Україна-НАТО⁶.

Організаційне забезпечення (структура, координація, контроль). До виконання програм були залучені профільні міністерства та відомства, обласні державні адміністрації, міські адміністрації міст Києва та Севастополя, НАН України, Національна телекомпанія України (НТКУ) та державне інформаційне агентство Укрінформ.

Згаданим вище Указом функції координації і контролю за виконанням програм покладалися на Кабінет Міністрів України, який мав щороку до 1 березня інформувати про перебіг виконання програм Державну раду з питань європейської і євроатлантичної інтеграції України.

Для забезпечення організації виконання програм Кабінету Міністрів доручалося створити: Програми інформування з питань європейської інтеграції – міжвідомчу групу; Програми інформування з питань євроатлантичної інтеграції – координаційну групу.

Утім, окремі з цих структур так ніколи не були створені, інші – за час виконання програм або перебували у стані реорганізації, або були ліквідовані. Як видно з діаграми “Організаційне забезпечення державних програм...” (с.16), за чотири роки (2004-2007рр.) лише профільний Урядовий Комітет був чотири рази змінений. Замовником і координатором виконання програм був визначений врешті Державний комітет телебачення та радіомовлення України – структура, що не має відповідного статусу в системі центральних органів виконавчої влади, підготовки до такої діяльності, належної чисельності відповідних фахівців.

Власне, число фахівців у міністерствах, відомствах та інших структурах, яким доручено виконувати програми, є насправді мізерним⁷. Для порівняння: персонал з євроінтеграції у профільних міністерства Болгарії становив 140 осіб, Литви – 150 осіб⁸.

Визначення фактично головного державного відомства з інформування у статусі державного комітету є певним свідченням ступеня серйозності намірів влади забезпечувати суспільну підтримку інтеграційного курсу України та реалізувати сам цей курс. Загалом, можна стверджувати, що нестабільна, постійно змінювана організаційна структура, відповідно, не може забезпечити стабільне та якісне виконання покладених на неї завдань.

Фінансове забезпечення. Названий вище Указ встановлював, що фінансування заходів з виконання програм здійснюється коштами Державного бюджету “та з інших джерел, не заборонених законодавством, у т.ч. із залученням міжнародної технічної допомоги”.

Проте, у 2004-2005рр. цільове фінансування програм річними державними бюджетами не передбачалося – що, відповідно, зумовило невиконання планованих заходів у повному обсязі. Надалі фінансування здійснювалося за рахунок коштів, передбачених бюджетною програмою “Виконання заходів з питань європейської і євроатлантичної інтеграції в інформаційній сфері”⁹. У 2006р. за цією статтею Державним бюджетом було передбачено 5,2 млн. грн.; у 2007р. – 5 млн. грн.

⁵ Указ Президента України №1433 від 13 грудня 2003р. Цим Указом була також затверджена Державна програма підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців у сфері європейської та євроатлантичної інтеграції України на 2004-2007рр.

⁶ Ціль 1.3.5. “Забезпечення виконання Державної програми інформування громадськості з питань євроатлантичної інтеграції України на 2004-2007рр.”.

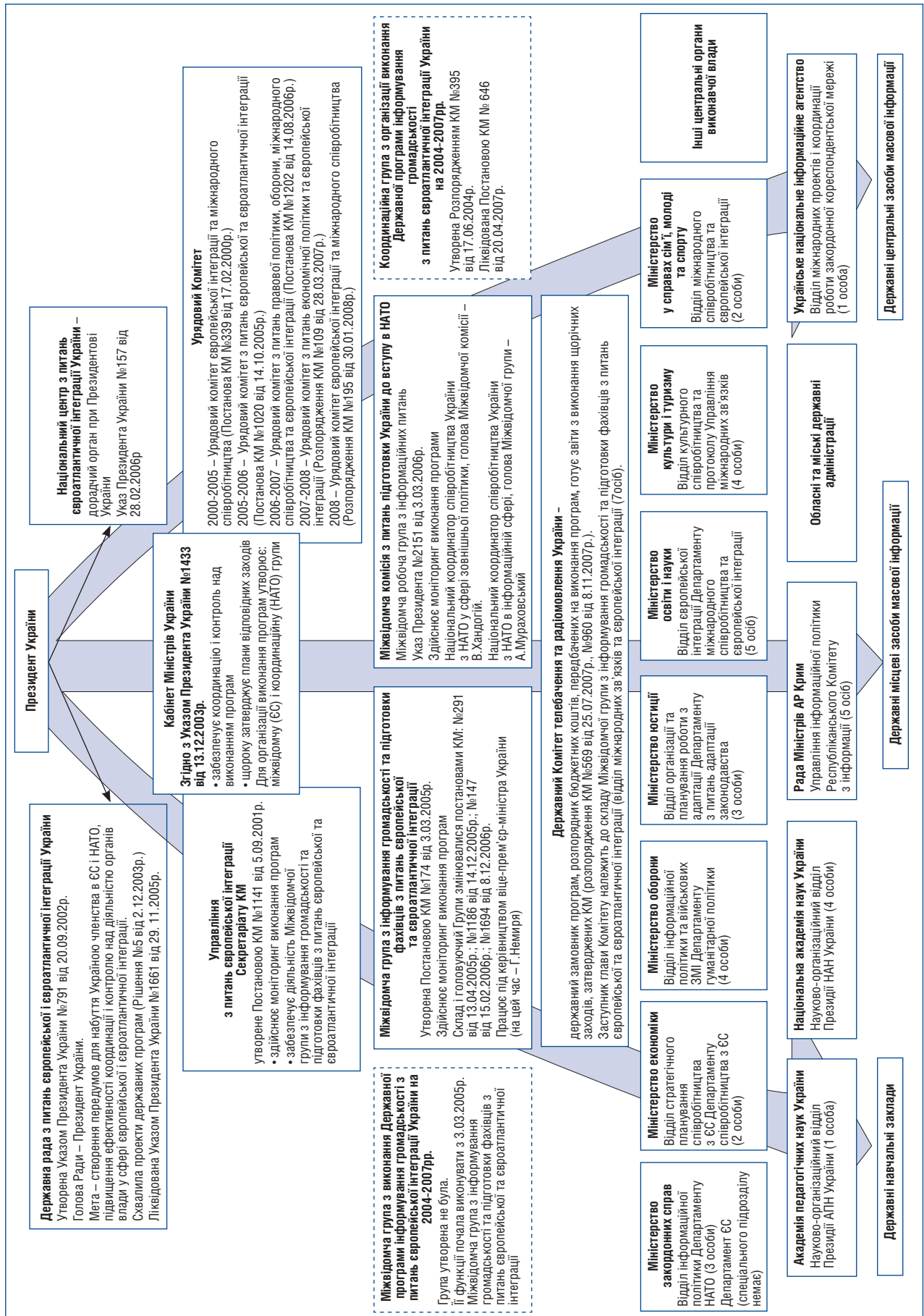
⁷ Так, істотний дефіцит кваліфікованого персоналу виявився в Міністерстві освіти і науки – це міністерство не укомплектоване кадрами, обізнаними із зазначеної тематики на належному рівні, спроможними здійснювати масштабні проекти спільно з міжнародними партнерами.

⁸ Докладно див.: Порівняльний огляд механізмів координації євроінтеграції п’яти нових держав-членів ЄС та двох країн-кандидатів, жовтень 2007. – Фонд Глобальних можливостей МЗС Великобританії.

⁹ Постанова Кабінету Міністрів України “Про порядок використання у 2006р. коштів, передбачених у державному бюджеті для виконання заходів з питань європейської і євроатлантичної інтеграції в інформаційній сфері” №425 від 5 квітня 2006р. Виконання програм здійснювалося за рахунок коштів, передбачених бюджетною програмою “Виконання заходів з питань європейської і євроатлантичної інтеграції в інформаційній сфері”.



Організаційне забезпечення державних програм інформування громадськості з питань європейської та євроатлантичної інтеграції України (2004-2007рр.)



Фінансування в такому обсязі є очевидно недостатнім. У розрахунку на 1000 осіб населення, це становить 110 грн. на рік (або € 16) на рік. Доречно нагадати для порівняння: у країнах ЦСЄ і Балтії на виконання лише однієї інформаційної програми (стосовно ЄС) відповідний показник становив €100-300.

Зазначені обсяги фінансування певним чином свідчать про реальну увагу влади як до європейської і євроатлантичної інтеграції України, так і до громадської думки та суспільної підтримки.

Водночас, сумнівною є ефективність використання тих невеликих коштів, що надаються державою для виконання програм. Так, у 2006р. майже 85% річного бюджету програм (4,414 млн. грн.) було використано на один захід, який, до того ж, фактично не стосувався їх мети, – триденний Міжнародний медіа-форум “Україна на інформаційній карті світу” (14-16 листопада 2006р., Київ).

За експертними оцінками, цей приклад містить усі ознаки нецільового використання коштів, а з огляду на непомірно великі обсяги фінансування заходу (фактично, понад \$250 тис. на день), – і корупції.

Разом з тим, поряд з очевидним браком фінансування програм, експерти вказують на випадки недовикористання бюджетних коштів з наступним їх поверненням на рахунок Держказначейства – через неможливість забезпечити їх цільове використання.

Водночас, виконавці програм не вжили заходів, аби знайти позабюджетні джерела фінансування, не використали можливості залучення коштів вітчизняного бізнесу та міжнародних донорів.

Канали інформування. На час виконання програм у розпорядженні держави залишилося 9% загальної кількості українських центральних і місцевих друкованих періодичних видань; одне інформаційне агентство та близько 2% загальної кількості телерадіоорганізацій України, причому – лише одна державна телекомпанія (Національна телекомпанія України, НТКУ) має мережу, що охоплює 96% населення (УТ-1). Проте, 22% часу мовлення на цій мережі – ранковий і вечірній прайм-тайми – орендує приватна телерадіокомпанія “Ера”.

У результаті, можливості держави в самостійному проведенні інформаційних кампаній є вкрай обмеженими, що негативно впливає на перебіг та ефективність виконання державних інформаційних кампаній, особливо в умовах відсутності присутності в національному інформаційному просторі іноземних мовників, з яких далеко не всі поділяють і підтримують позиції України стосовно її європейської і євроатлантичної інтеграції (врізка “*Стан інформаційного простору України*”).

Дефіцит консенсусу політичних еліт, у т.ч. владних, з приводу стратегічних напрямів інтеграції України призводить іноді до досить дивних ситуацій. Так, після зміни керівництва Міністерства з питань надзвичайних ситуацій у серпні 2006р. міністр Н.Шуфрич висловив обурення “натівською пропагандою” на відомчому сайті та розпорядився прибрати відповідну “Аргументацію на користь вступу України до НАТО” та змінити назву відповідної рубрики – внаслідок чого “євроатлантична інтеграція” була замінена на “співробітництво”.

Ускладнювала виконання програм і обмеженість їх бюджетного фінансування, яке не передбачало коштів, необхідних на тиражування та поширення продукту

(а лише на його вироблення), оплати трансляції інформаційних повідомлень комерційними радіо- і телеканалами.

Присутність значного комерційного інтересу зумовила численні конфлікти і проблеми з оприлюдненням навіть тієї невеликої кількості якісного телепродукту, який вдалося виробити в рамках виконання програм. Так, НТКУ зняло з ефіру програму студії Мініборони “Територія безпеки”, присвячену НАТО, через небажання транслювати “чужий” продукт. З тієї ж причини лише внаслідок тиску згори в лютому 2008р. НТКУ поставило у свій прайм-тайм телефільм “НАТО: свій чи чужий?”, вироблений медіа-центром “Розмай”.

СТАН ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ УКРАЇНИ

Стихійна комерціалізація ЗМІ і слабкість законодавства у сфері інформаційної безпеки призвели фактично до відсторонення держави від участі у формуванні інформаційних потоків і втрати нею контролю над національним інформаційним простором.

За даними Держкомтелерадіо, на цей час в Україні зареєстровано 1268 телерадіоорганізацій (647 – телемовних компаній, 524 – радіомовних, 97 – телерадіомовних). До державного сектору належать 30 телерадіоорганізацій, або 2,4% їх загальної кількості. Це – Національна телекомпанія України (НТКУ), Національна радіокомпанія України, ДТРК “Крим”, 25 обласних і регіональних телерадіокомпаній, ДТРК “Всесвітня служба “Українське телебачення і радіомовлення”” та телеканал “Культура” (дві останні – створені нещодавно й фактично лише розпочинають діяльність).

З трьох потужних мереж телемовлення з практично загальнонаціональним покриттям дві використовують приватні компанії: УТ-2 – телекомпанія “Студія 1+1” (покриття – 95%); УТ-3 – телекомпанія “Інтер” (93%).

У радіомовленні найпотужніший державний мовник – Національна радіокомпанія України, що випускає три програми і поширює їх трьома радіомережами (УР-1, УР-2, УР-3).

З 18 000 друкованих періодичних видань 9% засновані органами державної влади. З понад 90 інформаційних агентств – лише одне (Укрінформ) є державним.

Мережі закордонних кореспондентських пунктів, зокрема, у країнах ЄС держава фактично не має.

Серед особливостей національного інформаційного простору:

- **відчутна присутність іноземних мовників.** Так, ефір прикордонних областей України заповнюють потужні передавачі сусідніх держав (наприклад, в ефірі Закарпаття ведуть мовлення 52 станції сусідніх держав; аналогічна картина – у Волинській, Чернівецькій областях, на Сході країни та в АР Крим);
- **диспропорція інформаційних потоків між Україною і країнами ЄС та Україною і Росією.** Загалом, українські інформаційні потоки є значно меншими, ніж з боку Європи та Росії; водночас, російська присутність в інформаційному просторі частково цілеспрямовано, частково опосередковано гальмує процес зближення України з Європою, підживлює сподівання частини громадян на альтернативну євразійську стратегію;
- **невелика частка вітчизняного інформаційного та культурного продукту в радіо- та телеефірі;** за експертними оцінками, від 80% до 90% національного телевізійного та радіоефіру заповнюється продуктом іноземного походження¹;
- **відносна ізоляваність України від широкого міжнародного інформаційного простору та її прив’язаність до пострадянського російськомовного інформаційного середовища;** значною перешкодою отримання інформації із зарубіжних джерел (окрім російськомовних) залишається незнання ними європейських мов міжнародного спілкування.

Назване вище позбавляє інформаційну політику у сфері європейської інтеграції належного підґрунтя. Основою такої політики мала б стати інтеграція в європейський інформаційний простір, проте цілеспрямованих дій держави в цьому напрямі протягом 2004-2007рр. не спостерігалося. Понад півтора десятиліття зволікається входження в європейський інформаційний простір, зокрема, реалізація таких проєктів, як *Euronews.ua* та *Inozmi.ua*.

Що ж стосується інформації, яка надається українськими ЗМІ загалом, то, за даними моніторингу інформації про ЄС і європейську інтеграцію України, вона не є повною, не завжди доступною (понад 40% усієї інформації про ЄС поширюється через Інтернет) і переважно нейтральною за тональністю. Відзначається також

¹⁰ Україна у 2007р.: щорічні оцінки суспільно-політичного та соціально-економічного розвитку. – Національний інститут стратегічних досліджень, <http://www.niss.gov.ua>

зростання критичних і скептичних повідомлень (врізка “Інформація про ЄС...”).

Така ситуація навряд чи відповідає наведеним вище завданням державних програм інформування громадськості.

2.3. Особливості та ефективність виконання програм

Слід відразу зауважити, що як розробці програм, так і заходів з їх виконання не передували широкі соціологічні загальнонаціональні та/або цільові дослідження; фахівці з реклами та комунікативних технологій не залучалися; пропозиції неурядових організацій враховувалися лише частково. В результаті, заходи з виконання програм:

- не є спрямованими на певні цільові групи (за винятком молоді, переважно тієї, яка навчається, тобто перебуває в так званій “закритій аудиторії” і тому впливати на неї значно легше);
- не враховують ні ставлення суспільних груп до ЄС, НАТО, європейської і євроатлантичної інтеграції України, ні рівня поінформованості громадян, ні їх запит на інформацію;
- є загалом формальними, тому їх виконання чи не виконання не впливає принциповим чином на стан і тенденції громадської думки.

Такі оцінки збігаються з оцінками експертів, опитаних під час цього дослідження. Так, послідовність, системність надання інформації, її повнота, об’єктивність і зрозумілості для громадян оцінені у 2,1 бала за п’ятибальною шкалою; визначення та врахування специфіки суспільного запиту на інформацію про європейську інтеграцію – у 2,0 бала¹¹.

Контроль і звітність. Регулярні соціологічні дослідження, які б дозволяли коригувати інформаційну політику та оцінювати її ефективність, не проводилися. Проводилися лише разові дослідження за спрощеною методикою, які не могли слугувати цілям моніторингу. Міжвідомчі органи не здійснювали серйозного аналізу перебігу виконання програм та річних планів заходів¹². Державні адміністрації на місцях не мали чітких орієнтирів у поточній роботі.

Звіти міністерств і відомств, обласних державних адміністрацій про виконання Державної програми інформування громадськості з питань євроатлантичної інтеграції України мали фактично закритий характер, жодні узагальнення у відкритих джерелах та/або на сайтах відповідних державних структур не оприлюднювалися.

Як наслідок, нерідко трапляється дублювання заходів і звітноств, коли до Державної програми інформування з євроатлантичної інтеграції “потрапляють” заходи, здійснені на виконання Державної програми інформування з європейської інтеграції. Наприклад, у розділі про створення телевізійних програм міститься таке повідомлення Волинської ОДА: запровадження циклу програм на телебаченні: “За крок до ЄС”, “Європейський поступ”¹³.

Такий підхід характерний і для деяких центральних органів виконавчої влади. Наприклад, у звіті за 2007р. МОН інформує про завершення підготовки навчальних програм і посібників для вчителів та учнів 10-11 класів “Європейський вибір України” та “Географія країн-членів Європейського Союзу”.

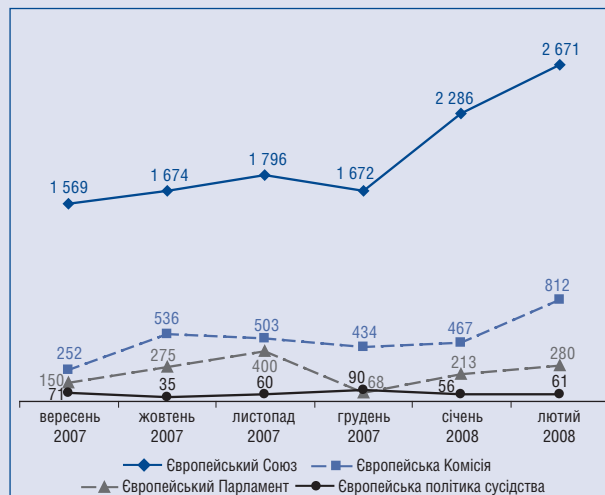
ІНФОРМАЦІЯ ПРО ЄС І ЄВРОПЕЙСКУ ІНТЕГРАЦІЮ УКРАЇНИ В УКРАЇНСЬКИХ ЗМІ: РЕЗУЛЬТАТИ МОНІТОРИНГУ

Володимир Єрмоленко,
менеджер європейських проектів МГО “Інтерньюз-Україна”

Міжнародна громадська організація “Інтерньюз-Україна” та Всеукраїнська інформаційна агенція “Контекст-медіа” за підтримки Представництва Європейської Комісії в Україні здійснюють моніторинг інформування про ЄС і європейську інтеграцію України українськими ЗМІ. В його рамках здійснюється огляд матеріалів шести найбільших інформаційних агентств України, 60 періодичних видань, 22 регіональних видань, п’яти радіостанцій, 10 телеканалів (понад 25 програм), 20 Інтернет-джерел¹. Нижче наведені результати двох етапів (кварталів) моніторингу: вересень-листопад 2007р. та грудень 2007р. - лютий 2008р.

Загальна кількість згадувань ЄС в українських ЗМІ. Як видно з діаграми “Кількість згадувань ЄС та його інституцій...”, протягом останніх шести місяців кількість згадувань Європейського Союзу в українських ЗМІ відчутно зросла. Так, якщо у вересні поняття “Європейський Союз” (ЄС, Євросоюз) було згадано в 1 569 повідомленнях (або в середньому 52 повідомлення на день), то в лютому ця кількість зросла до 2 671 повідомлень (92 матеріали на день). Кількість матеріалів, у яких хоча би раз згадано ЄС, постійно зростала; невелике падіння було зафіксоване лише в грудні.

Кількість згадувань ЄС та його інституцій в українських ЗМІ, кількість повідомлень



Зросла також кількість згадувань **головних інституцій ЄС**. Між вереснем і лютом кількість згадувань **Європейської Комісії** збільшилася більш ніж утричі – з 252 до 812. Досить відчутний стрибок відбувся в жовтні (на цей час припав пік дискусій між Україною та ЄС про надання Україні безвізового режиму громадянам країн-нових членів ЄС – Болгарії і Румунії) та в лютому (міжнародна конференція “Чорноморська синергія”, початок переговорів про створення зони вільної торгівлі між ЄС та Україною, візит до Києва двох європейських комісарів – Беніті Ферреро-Вальднер та Пітера Мендельсона; візити українських посадовців до Брюсселя тощо).

Кількість згадувань **Європейського Парламенту** зросла у I кварталі моніторингу (зі 150 у вересні до 400 у листопаді), однак надалі досить істотно зменшилася. Підвищення інтересу до цієї інституції в листопаді можна пояснити ухваленням 15 листопада 2007р. двох резолюцій Європейського Парламенту: “Торгівельні та економічні відносини з Україною”, а також “Посилення Європейської політики сусідства”, в якій,

¹ Перелік видань (джерел), а також докладно про моніторинг див.: http://www.internews.ua/sm/site/news/uploads/2008/03/11/350_av.pdf

¹¹ Докладно див. матеріал “Державна інформаційна політика у сфері європейської та євроатлантичної інтеграції: оцінки експертів”, вміщений в цьому журналі.

¹² Див.: Протоколи рішення за підсумками засідання Міжвідомчої групи з інформування громадськості та підготовки фахівців з питань європейської та євроатлантичної інтеграції від 19 березня 2007р. – <http://www.kmu.gov.ua>

¹³ Показовим є також перелік “євроатлантичних” відео-сюжетів і програм з Миколаївської області у звіті за 2007р.: “Народна підтримка – експортерів” (обговорення вступу України до СОТ, перспективи підприємств області); 1 серпня 2007р. – “Закордонні паспорти” (вручення нових закордонних паспортів); 18 серпня 2007р. – “Соцзахист” (про реалізацію проекту TACIS під керівництвом Британської Ради в Україні); 23 серпня 2007р. – “Новини служби зайнятості” (тема легалізації українських працівників за кордоном, зокрема в країнах ЄС).

зокрема, Парламент закликав інші інституції ЄС визнати можливість членства України в Євросоюзі.

Водночас, не надто популярним для українських ЗМІ концептом залишається **Європейська політика сусідства (ЄПС)**, а **Європейський інструмент сусідства та партнерства (ENPI)** – не надто відомим фінансовим інструментом, принаймні, порівняно з його попередником, програмою *TACIS*. У вересні 2007р. ЄПС згадувалася лише 71 раз (у середньому, дещо більше двох згадувань на день) – при тому, що саме в цей час відбулися дві ключові події: перша міжнародна конференція країн-учасниць Європейської політики сусідства (3 вересня), та оприлюднення пов'язаних з конференцією ініціатив Європейської Комісії щодо посилення ЄПС. Протягом наступних місяців ЄПС згадувалася ще рідше, за винятком грудня (90 згадувань), причому дуже часто ці згадування були вбудовані в контекст критики ЄПС з боку українських посадовців та експертів.

Розподіл інформації про ЄС та європейську інтеграцію України в українських ЗМІ. За даними моніторингу, переважна кількість повідомлень про ЄС та європейську інтеграцію України поширювалася через **Інтернет** (понад 40% усієї інформації). Приблизно рівні частки в інформаційних потоках припадають на **друковані ЗМІ** та **інформаційні агентства** (22-24%).

Досить серйозно від них відстає **телебачення** (5-8%) і **радіо** (4-5%). Це не може не турбувати, оскільки саме телебачення є найпопулярнішим ЗМІ в Україні, тоді як частка користувачів Інтернет-послугами коливається в межах 8-9% населення.

Разом з тим, можна говорити про істотне зростання уваги українських телеканалів до ЄС останнім часом: наприклад, у лютому 2008р. ЄС було згадано у 285 телеповідомленнях – у 2,5 раза частіше, ніж у вересні 2007р. (діаграма "Розподіл інформації про ЄС...").

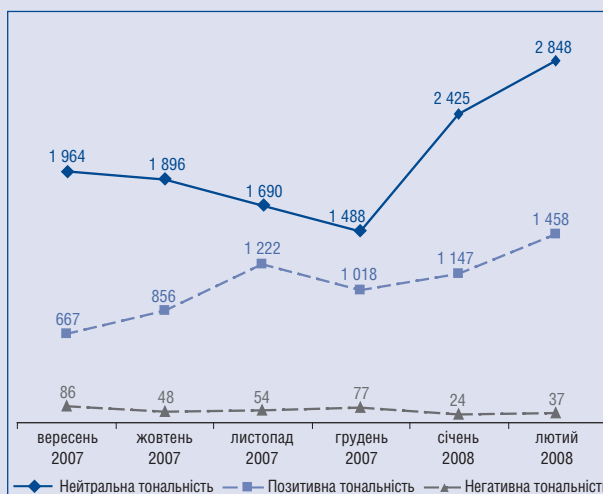
Розподіл інформації про ЄС та європейську інтеграцію України в українських ЗМІ, кількість повідомлень



Найбільшу кількість оригінальних аналітичних матеріалів про ЄС, стосунки між ЄС і Україною та європейську інтеграцію України поширюють друковані ЗМІ, тоді як найбільші інформаційні агентства продовжують залишатися ключовим чинником формування інформаційного поля про ЄС в мережі Інтернет.

Тональність повідомлень про ЄС. З даних, наведених на діаграмі "Тональність повідомлень про ЄС...", видно, що в українському медіа-просторі домінують повідомлення з нейтральною тональністю щодо ЄС.

Тональність повідомлень про ЄС в українських ЗМІ, кількість повідомлень



Як правило, це інформаційні повідомлення, де констатуються факти, висвітлюються нові події та цитуються коментарі – без позитивних чи негативних оцінок².

Водночас, попри відносно невелику кількість негативних матеріалів про ЄС, спостерігається досить важлива тенденція, не надто помітна на тлі лише статистичних даних. Ідеться про зростання критичних та скептичних матеріалів, зумовлених, можливо, дедалі тіснішими контактами українського суспільства з ЄС – контактами, що не завжди справджують попередні, дещо утопічні уявлення про суть і темпи європейської інтеграції.

Так, українські медіа досить роздратовано сприйняли європейсько-українські дискусії про надання Україною безвізового режиму громадянам Болгарії та Румунії (в цей час Єврокомісар у справах зовнішніх відносин Беніта Ферреро-Вальднер у вересні-листопаді згадувалася в 35 негативних, 250 нейтральних і лише 11 позитивних контекстах). Так само були сприйняті нещодавні дискусії між Україною і ЄС про скасування Україною експортних мит на шляху вступу до СОТ (листопад-грудень 2007р.): медіа трактували це як тиск на Україну з боку ЄС.

Цілком можливо, що надалі кількість критичних висловлювань про політику ЄС щодо України збільшуватиметься, оскільки буде розширюватися реальна взаємодія України з ЄС, а отже – з'являтимуться нові приводи як для позитивного, так і для критичного аналізу стосунків між двома партнерами.

Якість висвітлення тематики ЄС і європейської інтеграції. Дані моніторингу дають підстави для твердження про те, що останнім часом якість висвітлення тематики ЄС і європейської інтеграції в українських ЗМІ покращується. Телеканали мають дедалі більше репортажів з країн ЄС; друковані ЗМІ дедалі частіше публікують інтерв'ю з європейськими та українськими посадовцями та експертами, присвячені ЄС і наближенню України до політики і стандартів ЄС. Зростає увага Інтернет-видань до інформації, що надходить від інституцій ЄС чи провідних європейських інформаційних агентств.

Водночас, варто звернути увагу на певні недоліки повідомлень, зокрема – досить велику кількість помилок, що можуть свідчити як про недостатнє знання теми, так і звичайну неувважність, але в обох випадках страждає якість і професійність подання інформації³.

² Доречно зауважити, що тенденція "нейтралізації" інформаційних потоків про ЄС була започаткована у 2002-2003рр. і стала особливо помітною після Помаранчевої революції. Водночас досить істотно, порівняно з кінцем 1990-х років, зменшилася кількість відверто негативних матеріалів про ЄС.

³ Наприклад, плутання Ради ЄС та Ради Європи, обговорення теми "асоційованого членства України в ЄС" (попри те, що такої моделі наразі в ЄС не існує), перекручення назв посад ("уповноважений" замість "Комісара", "Комісар" замість "Високого представника" тощо), змішування ключових для права ЄС понять "угода" та "договір", анахронізми (плутання країн, які головує в ЄС, називання Лісабонського договору, що поховав ідею Європейської Конституції, – "Новим конституційним договором" тощо).

Прикрими є також помилки стосовно статі або імен європейських посадовців чи експертів: так, одне з найбільших інформаційних агентств України регулярно припускається помилки, називаючи Посла Словенії Пріможа Шеліго *Прімажем Шуліго*, а голову *EuropeAid* Маркуса Корнаро – *Маркусом Торнадо*.

Співпраця із структурами громадянського суспільства. Виконання програм не було належним чином налагоджено системну співпрацю зі структурами громадянського суспільства України. Залучення до виконання програм та відповідне фінансування виділялося або державним органам, або структурам, їм підконтрольним.

Як правило, державні органи жодним чином не реагували на ініціативи громадськості. Так, не було надано належної організаційної і фінансової підтримки Центрам європейської інформації, відкритим за програмою Міжнародного фонду “Відродження” на базі обласних наукових бібліотек. Не використовувалися навіть можливості ширшого розповсюдження матеріалів тижневого Вісника для журналістів Представництва Європейської Комісії в Україні, тижневого Вісника новин ЄС, що його публікує УНІАН, тощо.

Водночас, у річних звітах містяться численні приклади виконання заходів центральними і місцевими органами влади у співпраці з громадськими організаціями. В багатьох випадках саме останні є ініціаторами такої співпраці. Влада виявляє зацікавленість у суспільній легітимзації, громадські організації – в наданні ваги, офіційності своїй діяльності. Відбувається об’єднання організаційних ресурсів першої і творчих, – других. При цьому, саме громадські організації в більшості випадків залучають кошти іноземних фондів, а допомоги від державних органів не отримують.

Також у звітах містяться посилання, наприклад, на дослідження Інституту соціології НАН України, Центру Разумкова, Київського міжнародного інституту соціології. Водночас, постійна співпраця з цими організаціями не велася, результати цих досліджень не використовувалися, механізму моніторингу створено не було.

Тим часом, саме неурядові організації самостійно створюють мережі інформування громадян про європейську і євроатлантичну інтеграцію України, проводять дослідження, публічні акції тощо. Найбільш змістовні Інтернет-ресурси, що спеціалізуються на питаннях європейської та євроатлантичної інтеграції, були створені громадськими організаціями без державної підтримки (врізка “Громадські ініціативи у сфері європейської і євроатлантичної інтеграції”).

Проте, у форматі виконання державних програм інформування інтелектуальний і творчий потенціал “третього сектору” не був задіяний належним чином.

Результати виконання програм

Результати виконання пунктів програм наведені в Додатку до цього дослідження. Водночас, виходячи із завдань програм інформування, що наводилися вище, можна стверджувати, що реальними результатами слід вважати зміни у громадській думці та рівні суспільної підтримки європейської і євроатлантичної інтеграції України.

Суспільна підтримка курсу на європейську і євроатлантичну інтеграцію України: стартові позиції. За даними моніторингу громадської думки, який здійснює Центр Разумкова, у 2003р., напередодні запровадження програм інформування, число прихильників курсу України на вступ до ЄС серед українських громадян коливалося в межах 53-65%, противників – 16-26%, тих, хто не міг визначитися в цьому питанні, – 21-26%¹⁴.

Число “твердих” прихильників вступу до НАТО, тобто громадян, які у випадку проведення гіпотетичного референдуму “наступної неділі” проголосували б за вступ України до Альянсу, змінювалося протягом 2003р. в діапазоні 19-25%; тих, хто проголосував би проти, – 35-49%; тих, хто не визначився, – 18-24%; не брали б участі в референдумі – 6-20%.

Ставлення до інтеграційного курсу України мало ознаки регіональної локалізації:

- вступ до ЄС найбільшою мірою підтримували жителі Заходу (64-82% проти 8-15% противників), найменшою – Півдня (43-53% проти 21-35%);
- вступ до Альянсу найбільшою мірою – так само жителі Заходу (32-40% проти 21-29%), найменшою – Сходу (17-20% проти 44-56%).

Що стосується поінформованості громадян про ЄС, то вона була дуже низькою. У червні 2003р. дві третини (66,1%) опитаних оцінили власний рівень поінформованості про ЄС як “низький”, 27,7% – назвали його “середнім” і лише 1,9% – “високим”¹⁵.

Таким чином, напередодні запровадження програм суспільна підтримка європейської і євроатлантичної інтеграції України була нерівномірною, нестійкою, регіонально локалізованою, не обґрунтованою достатнім рівнем знання про ЄС та Організацію Північно-атлантичного договору.

Водночас, *по-перше*, її противники загалом склали меншість (це стосується й числа противників вступу до НАТО: вказані вище 49% – єдиний, “пиковий” показник за 2002-2003рр., зафіксований у грудні 2003р.; до цього число противників коливалося в межах 32-45%).

По-друге, фактично чверть громадян не могли визначити свою позицію з цих питань, отже – склали потенційно сприятливу аудиторію для відповідної інформаційної кампанії.

По-третє, як видно з наведених вище показників, число противників як європейської, так і євроатлантичної інтеграції у регіонах, де вона була не особливо популярною, також не було стійким і не завжди становило більшість жителів зазначених регіонів. Крім того, позиції неприйняття інтеграційного курсу країни також не ґрунтувалися на глибоких знаннях про ЄС і НАТО.

З огляду на наведене, можна стверджувати, що, станом на початок 2004р., інформаційна кампанія з метою забезпечення суспільної підтримки європейської і євроатлантичної інтеграції України мала шанси бути результативною – за умов її відповідної якості і сприятливої суспільно-політичної ситуації.

Дослідження, проведене під час завершення виконання програм, засвідчило наступне.

1. Суспільна підтримка курсу України на вступ до ЄС і НАТО загалом дещо знизилася. Так, якщо у 2003р. підтримка ідеї вступу до ЄС становила 53-65% проти 16-26% противників, то у 2007р. – 46-54% проти 30-36%. Зокрема, в лютому 2008р. – 51% проти 29%.

Підтримка ідеї вступу до Альянсу у 2003р. складала 19-25% проти 35-49% противників, у 2007р. – 16-21% проти 54-60%. Зокрема, в лютому 2008р. – 21% проти 53%.

2. Водночас, у лютому 2008р. понад 21% опитаних повідомили, що протягом 2004-2007рр. змінили своє

¹⁴ Докладно див. матеріал “Інформаційна складова європейської і євроатлантичної інтеграції: громадська думка”, вміщений у цьому журналі. Див. також: Європейська інтеграція України: позиції та оцінки громадян. – Національна безпека і оборона, 2005, №7, с.44-56; Биченко А. Громадська думка про НАТО і приєднання до нього України. – Національна безпека і оборона, 2006, №9, с.20-38.

¹⁵ Не змогли відповісти на питання – 4,3% респондентів. За результатами опитування, проведеного 1-8 червня 2003р. Опитано 2011 респондентів віком від 18 років у всіх регіонах України. Похибка вибірки – 2,3%.

Громадські ініціативи у сфері європейської і євроатлантичної інтеграції

НАЗВА	СТИСЛИЙ ОПИС	КІЛЬКІСТЬ ОСЕРЕДКІВ / РЕГІОНАЛЬНЕ ПОКРИТТЯ	ЕКСПЕРТНА, ІНФОРМАЦІЙНА, ФІНАНСОВА ПІДТРИМКА
Всеукраїнський консорціум центрів європейської інформації	Центри створено протягом 2005-2007рр. Центри надають доступ усім зацікавленим особам (студентам, викладачам, журналістам, підприємцям та ін.) до інформаційних ресурсів та електронних баз даних з тематики європейської інтеграції. Кожен ЦЄІ має спеціалізовану літературу (в середньому, близько 200 назв книг і 50 електронних носіїв інформації в кожному центрі), комп'ютери з доступом до Інтернет, консультантів, які допомагають відвідувачам у пошуку інформації. На базі ЦЄІ регулярно проводяться інформаційно-просвітницькі заходи, спрямовані на популяризацію знань про європейську та євроатлантичну інтеграцію України: прес-конференції, круглі столи, лекції, семінари, тренінги, дискусії, пізнавально-розважальні заходи для молоді, тематичні виставки тощо.	Створені та діють: 19 Центрів європейської інформації на базі обласних наукових універсальних бібліотек у містах: Вінниці, Дніпропетровську, Донецьку, Житомирі, Івано-Франківську, Кіровограді, Луцьку, Львові, Одесі, Полтаві, Рівному, Сумах, Ужгороді, Харкові, Херсоні, Хмельницьку, Черкасах, Чернівцях, Чернігові; - один – на базі бібліотеки Севастопольського національного технічного університету; - шість Інформаційних центрів ЄС у вищих навчальних закладах України.	Європейська програма Міжнародного фонду "Відродження" Представництво Європейської Комісії в Україні Центри європейської інформації створювались також у рамках інших громадських ініціатив та міжнародних проектів.
Всеукраїнська громадська організація "Українська асоціація європейських студій" (УАЕС)	УАЕС є академічним об'єднанням дослідників Європейського Союзу та викладачів європейських студій у вищих навчальних закладах України. УАЕС сприяє розвитку досліджень європейської інтеграції в Україні, європейських студій у вищій школі, що має своїм наслідком збільшення числа експертів у сфері європейської інтеграції. У 2007р. Асоціація стала 46-м учасником Світової асоціації європейських студій, а до міжнародного довідника "Хто є хто у європейських студіях" вперше було запропоновано внести імена українських дослідників. Асоціація сприяє залученню усіх зацікавлених осіб до розвитку наукового проєвропейського руху через прозорі принципи діяльності, демократичність прийняття рішень та широке інформування про заходи. Асоціація в рамках своєї діяльності сприяє створенню Української мережі європейських клубів.	До УАЕС належать близько 20 осередків з усієї України	Європейська програма Міжнародного фонду "Відродження"»
«Європейський простір: портал проєвропейського громадянського суспільства України»	Інтернет портал (http://eu.prostir.ua) став найпопулярнішим ресурсом з питань європейської інтеграції в Україні з середнім щоденним рівнем відвідувань не менше 400 осіб (унікальних хостів). Портал є інтерактивним віртуальним майданчиком для спілкування представників української проєвропейської громадськості та ресурсним центром для поширення інформації з усіх аспектів європейської інтеграції України. Так, через портал поширювалися і збиралися підписи до Звернення громадських організацій щодо візової політики ЄС і Заяви громадських лідерів з приводу приєднання України до Плану дій з набуття членства в НАТО. У 2007р. Представництво Європейської Комісії в Україні обрало "Європейський простір" офіційним Інтернет-партнером у святкуванні Дня Європи в Україні.	Уся територія України	Європейська програма Міжнародного фонду "Відродження"
Мережа тренерів з рольових ігор з європейської інтеграції	Тренери Мережі володіють необхідними теоретичними знаннями і практичними навичками для організації та проведення рольових ігор з європейської інтеграції – нової для України, цікавої, зрозумілої та легкодоступної форми навчання для дуже широкої аудиторії (викладачі, студенти, школярі, громадські організації, працівники органів місцевого самоврядування, підприємств тощо). Протягом 2006-2007рр. проведено 85 рольових ігор за участю студентів, викладачів та інших зацікавлених осіб по всій території України.	48 підготовлених сертифікованих тренерів майже в усіх регіонах України.	Спільний проєкт Фонду Конрада Аденауера в Україні, Міжнародного фонду "Відродження" та Інституту Євроатлантичного співробітництва
Мережа проєвропейських організацій України	Мережа створена у 2005р. Її метою є консолідація зусиль організацій, діяльність яких спрямована на пропагування європейських цінностей, інформування про європейську/євроатлантичну інтеграцію, запровадження європейських стандартів суспільного життя, обмін досвідом і співпрацю на міжнародному, загальноукраїнському, регіональному і локальному рівнях для реалізації європейського вибору України. У рамках Мережі налагоджена співпраця між організаціями, створена загальна розсилка, організації-члени Мережі реалізують спільні проєкти; зокрема, під егідою Мережі в різних регіонах була представлена фотовиставка "Молодь і європейська інтеграція України", організована навчальна поїздка до Чеської Республіки. У листопаді 2008р. Мережа планує провести загальноукраїнську кампанію до Міжнародного Дня толерантності.	Засновниками і членами Мережі є 40 організацій з 18 регіонів України.	Європейська програма Міжнародного фонду "Відродження"
Міжнародна громадська організація "Інтерньюз-Україна"	Місією організації є утвердження європейських цінностей в Україні через становлення успішних медіа. Організація активно працює в сфері інформування української громадськості про Європейський Союз та європейську інтеграцію в Україні.	–	Співпрацює з Представництвом Європейської Комісії в Україні в підготовці щотижневого Вісника для журналістів з новинами ЄС, а також регулярних ad-hoc новин про Європейський Союз і проєкти ЄС в Україні та Білорусі (Вісник виходить щопонеділка українською і російською мовами; публікується на сайті Представництва Європейської Комісії в Україні).

Громадські ініціативи у сфері європейської і євроатлантичної інтеграції

НАЗВА	СТИСЛИЙ ОПИС	КІЛЬКІСТЬ ОСЕРЕДКІВ / РЕГІОНАЛЬНЕ ПОКРИТТЯ	ЕКСПЕРТНА, ІНФОРМАЦІЙНА, ФІНАНСОВА ПІДТРИМКА
Українська мережа європейських клубів	Євроклуби в Україні розвиваються з середини 1990-х років і набули поширення з середини 2000-х років завдяки реалізації ряду масштабних проєктів, серед яких найбільший – “Європейські студії в школах”. Багато Євроклубів створені та діють з різною мірою успішності в усіх регіонах України при загальноосвітніх, вищих навчальних закладах (різних форм власності та рівнів акредитації), громадських організаціях, або як окремі громадські молодіжні організації, в більшості випадків – за ініціативи самих громадян (вчителів, викладачів, школярів, студентів та ін.). Євроклубівський рух сьогодні не є координованим, однак з кінця 2007р. ВГО “Українська асоціація європейських студій” реалізує ініціативу із сприяння та координації руху євроклубів, з метою чого створила та оновлює електронну базу даних і видає Вісник “Євроклуб.іа”.	Українська мережа європейських клубів інформаційно підтримує від 250 до 300 євроклубів у всіх областях України, АР Крим, містах Київ і Севастополь	Підтримку євроклубам повинно було надавати МОН України згідно з Державною програмою на 2004-2007 рр., однак цього не відбувалося. На додаток до європейських клубів, були спроби запровадити “Атлантичні клуби”, зокрема, вони згадувались у плані заходів на виконання Держпрограми інформування з євроатлантичної інтеграції на 2006 рік, проте поширення не набули. Підтримку діяльності євро клубів надають: Міжнародний фонд “Відродження”, окремим проєктам – Представництво Європейської комісії.
Громадська Ліга Україна-НАТО	Всеукраїнська спілка громадських організацій. (об’єднує 52 громадські організації) організує низку публічних заходів з проблем європейської та євроатлантичної інтеграції. Зокрема, з цієї проблематики в 2006р. у всіх регіонах країни було проведено на базі обласних бібліотек 27 семінарів для директорів районних бібліотечних установ. На той час за сприяння Ліги розгорнуто 43 інформаційні стенди “Україна-НАТО” у вищих учбових закладах України. Ліга бере активу участь у реалізації інформаційних проєктів в рамках мережі партнерства Україна-НАТО.	До складу Ліги входять 52 громадські організації Києва та регіонів України: Миколаїв, Харків, Одеса, Львів, Рівне, Севастополь, Одеса, Полтава, Черкаси, Кіровоград, Сімферополь, Северодонецьк, Коломия, Біла Церква.	МЗС, Центр інформації та документації НАТО в Україні, Офіс зв’язку НАТО в Україні, посольства країн-членів Альянсу в Україні.
Інститут Євро-Атлантичного співробітництва	Інститут Євро-Атлантичного співробітництва здійснював довгостроковий проєкт в рамках якого в усіх регіонах України спільно з обласними адміністраціями проводилися громадські читання, кругли столи, конференції, присвячені проблемам європейської та євроатлантичної інтеграції. Інститут підготував ряд видань (довідники, буклети) з питань європейської інтеграції, партнерства Україна-НАТО. Інститут видавав журнал “Євроатлантика”, присвячений проблемам наближення України до НАТО.	–	МЗС, Міністерство оборони, Національний Центр з питань євроатлантичної інтеграції України, Національний Фонд підтримки демократії (NED), Фонд Конрада Аденауера, Міжнародний Фонд “Відродження”, Посольство США.
Центр Разумкова	З початку 2000р. було підготоване близько 20 тематичних випусків журналу “Національна безпека і оборона”, присвячених різним аспектам співробітництва України з ЄС та НАТО. У 2004р. Центр підготував концепцію Плану дій щодо членства в НАТО. У 2005-2007рр. – оприлюднив серію видань щодо аналізу виконання Плану дій Україна-ЄС. Центр здійснює регулярний багаторічний моніторинг громадської думки щодо ЄС і НАТО, результати досліджень оприлюднюються в національних ЗМІ.	–	Міжнародний Фонд “Відродження”, Швейцарська агенція з розвитку та співробітництва, “Фонд сприяння демократії” Посольства США, Національний Фонд підтримки демократії (NED), Інститут Європи Університету Цюриха, Інститут відкритого суспільства (Open Society Institute), посольства країн ЄС в Україні.
Міжнародний центр перспективних досліджень	За період 2000-2007рр. Центр виконав 17 тематичних проєктів з проблем європейської інтеграції, які були спрямовані на підвищення громадської обізнаності з питань співробітництва України з ЄС. У 2002-2003рр. Центр спільно з Міністерством економіки та з питань європейської інтеграції України та об’єднаними адміністраціями здійснював проєкт “Європейський вибір України. Громадські читання”. У читаннях брали участь представники профільних міністерств і відомств, місцевих органів влади, співробітники Представництва ЄС в Україні.	–	Міністерство економіки, МЗС, облдержадміністрації, Дім Свободи, Світовий банк, Інститут відкритого суспільства (Open Society Institute) Шведська агенція міжнародного розвитку (SIDA), Посольства країн ЄС, представництва ЄС та НАТО в Україні.

ставлення до ЄС на краще; близько 3% – на гірше. Високим визнали рівень власної поінформованості про ЄС 4% громадян; середнім – 37%; низьким – 47%; 7% – повідомили, що не мають про ЄС жодної інформації.

Протягом 2004-2007рр. 11% громадян змінили своє ставлення до НАТО на краще; 9% – на гірше. Рівень власної поінформованості про НАТО назвали високим 5% опитаних, середнім – 34%; низьким – 47%. Кожен десятий не має жодної інформації про Альянс.

3. Регіональна локалізація підтримки/не підтримки європейської і євроатлантичної інтеграції України набула більш виразного характеру. Як і на початку інформаційної кампанії, найбільшу підтримку ідеї вступу України до ЄС виявляють жителі Заходу (63-77% проти 10-15% противників), найменшу – Півдня (27-40% проти 38-63%).

Ідею вступу до Альянсу найбільшою мірою підтримують жителі Заходу (35-47% проти 20-25%), найменшу – Сходу (5-8% проти 73-85%).

4. Ідея “європейського вибору” як об’єднувача для України не набула переважної підтримки в суспільстві. Так, у квітні 2005р. 36% громадян вважали, що європейська інтеграція може об’єднати країну, 39% з цим не погоджувалися. У лютому 2008р. це співвідношення фактично було таким самим: 34% проти 40%, відповідно.

Особливо багато тих, хто не вірить в об’єднувачу роль євроінтеграції, на Півдні і Сході України – по 58,3%.

5. У суспільстві зберігається високий рівень попиту на інформацію про ЄС і НАТО. Так, понад половина (55%) молоді 18-29 років і 51% осіб віком 30-39 років засвідчили, свою бажання знати якомога більше про НАТО. Серед загалу жителів регіонів таке бажання висловили 63% жителів Заходу – і 38% жителів Півдня та 39% – Сходу, 63% молоді та 56-58% громадян старших вікових категорій (крім найстаршої) бажать знати якомога більше про ЄС. За регіонами: від 63% жителів Заходу до 44% – Півдня.

Загалом, враховуючи мету програм – підвищення рівня обізнаності громадян у питаннях ЄС і НАТО – їх результати не можна вважати втішними. На результативності програм позначилися як недоліки їх розробки та забезпечення, так і формалізм самого процесу виконання запланованих заходів. Певні відсоткові зміни груп прихильників і противників курсу європейської і євроатлантичної інтеграції відбуваються під впливом не цілеспрямованої державної інформаційної кампанії, а зовнішньої і внутрішньої ситуації. Одним з головних чинників впливу є низький ступінь довіри громадськості до влади, тобто суб’єкта інформаційної кампанії. ■

3. ПРОПОЗИЦІЇ¹

1. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДЕРЖАВНОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ І ЄВРОАТЛАНТИЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

1.1. Чітке визначення пріоритетів інформаційної політики. Її мета – сприяти реалізації курсу на європейську та євроатлантичну інтеграцію України, забезпечити широку і стабільну громадську підтримку, яка б ґрунтувалася на усвідомленні конкретних переваг від поглиблення партнерства і вступу до ЄС і НАТО.

Інформаційна політика загалом і відповідні програми зокрема спрямовані на вирішення проблеми недостатнього рівня розуміння того, що європейська і євроатлантична інтеграція України, як процес внутрішніх реформ, з одного боку, і процес поетапного зближення України з ЄС і НАТО аж до набуття членства в цих організаціях – з іншого, є інструментом модернізації українського суспільства, перетворення України на консолідовану демократію та економічно розвинуту країну, а політика європейської і євроатлантичної інтеграції покликана максимально сприяти цьому.

Ефективність інформаційної політики обумовлюється досягненням консенсусу серед державно-політичної еліти щодо зовнішньополітичних пріоритетів: інтеграції до ЄС і НАТО, стратегічного партнерства з РФ.

Пріоритетні завдання:

- підвищення поінформованості громадян щодо пріоритетів, реального стану виконання, поточних завдань і перспектив державної політики європейської та євроатлантичної інтеграції, можливостей, що існують у рамках співпраці з ЄС і НАТО в різних сферах;
- підвищення рівня інформованості громадян України про ЄС, досвід реформ, європейські цінності і стандарти (демократичні засади врядування, соціальні стандарти життя, специфіка та перспективи розвитку, політика в різних сферах, вимоги до нових членів тощо);
- сприяння зростанню обізнаності про НАТО (цілі та завдання діяльності НАТО, проведення миротворчих операцій під егідою Альянсу, участь у них України, вимоги до країн-кандидатів, сучасний стан співробітництва України з НАТО тощо). Подолання застарілих пострадянських і нових негативних стереотипів;
- ініціювання широкого, неупередженого, об'єктивного обговорення в суспільстві проблем і перспектив європейської і євроатлантичної інтеграції України, зокрема, моделей забезпечення національної безпеки України;
- формування суспільної зацікавленості тематикою ЄС і НАТО, створення стабільної потреби в отриманні відповідної інформації; формування широкого громадського запиту на реформи відповідно до європейської моделі; внесення питань європейського і євроатлантичного порядку денного до внутрішньо-українського дискурсу;
- сприяння самостійному пошуку інформації, що стосується участі України у загально-

європейських процесах політико-економічної та соціокультурної інтеграції, засвоєнню нових знань і навичок, їх практичному застосуванню для підготовки громадян до умов об'єднаної Європи;

- забезпечення поступової інтеграції України до загальноєвропейського інформаційного та інтелектуального простору (зокрема, сприяння забезпеченню трансляції європейських телеканалів (наприклад, "Euronews") українською мовою. Максимальне використання можливостей профільних програм ЄС ("Жан Моне" – розуміння Європейської інтеграції, "Молодь в дії" тощо);
- формування сприятливого інформаційного клімату в країнах ЄС і НАТО стосовно європейської та євроатлантичної інтеграції України (залучення до відповідної кампанії посольств, представництв, культурних та інформаційних центрів України за кордоном, громадських організацій і лідерів громадської думки країни).

1.2. Зміцнення інституційних засад державної інформаційної політики. Забезпечити умови для створення та ефективної діяльності Національного агентства європейської інтеграції. Передбачити відповідним положенням серед основних завдань Агентства – забезпечення формування та реалізації політики інформування громадськості з питань європейської інтеграції, здійснення моніторингу її реалізації.

Сформувати в профільних міністерствах і відомствах, що є головними виконавцями програм інформування відповідні підрозділи. Зокрема:

- створити в Державному комітеті телебачення та радіомовлення України профільний департамент з питань державної інформаційної політики у сфері європейської і євроатлантичної інтеграції;
- при Департаменті міжнародного співробітництва та європейської інтеграції Міністерства освіти і науки України створити відділ з проблем запровадження в систему вищої і середньої освіти питань європейської та євроатлантичної інтеграції;
- у Департаменті ЄС МЗС сформувати підрозділ, що опікуватиметься питаннями інформування громадськості.

1.3. Забезпечення активної співпраці учасників інформаційного процесу. Інформаційна політика матиме бажаний результат за умови забезпечення ефективного партнерства між державними, громадськими та бізнесовими інституціями на центральному та регіональному рівнях, структурами ЄС та НАТО, їх представництвами в Україні, національними ЗМІ, міжнародними організаціями тощо. Налагодженню такої співпраці сприятимуть наступні кроки:

– Створити умови для ефективного партнерства між державними і громадськими структурами. Забезпечити проведення відкритих, прозорих конкурсів громадських проектів з реалізації заходів програм європейської і євроатлантичної інтеграції. Державна

¹ У розділі використані окремі пропозиції, розроблені Міжнародним Фондом "Відродження", Міжнародною громадською організацією "Інтерньюз-Україна". Частина пропозицій ввійшли до проектів державних цільових програм інформування громадськості з питань європейської і євроатлантичної інтеграції на 2008-2011 рр., що готуються до затвердження Кабінетом Міністрів України.

підтримка громадських організацій дозволить ефективніше використовувати їх потенціал.

Складовою такої співпраці може бути державна підтримка реалізації проекту “Проведення національних інформаційно-просвітницьких кампаній на тематику європейської та євроатлантичної інтеграції”, що здійснюється у 2008р. Міжнародним Фондом “Відродження”. Державні органи на місцевому рівні мають сприяти діяльності центрів європейської інформації на базі обласних наукових бібліотек як майданчиків для проведення публічних дискусій, різноманітних інформаційних акцій.

– **Залучати організаційно-фінансову допомогу з боку ЄС та НАТО.** Проблема інформування громадськості має бути складовою співробітництва України з ЄС та НАТО на державному рівні. Зокрема, слід розглянути доцільність включення питань інформаційного забезпечення європейської інтеграції України до посиленої Угоди з ЄС, запропонувати структурам Євросоюзу розширити цілеспрямовану підтримку відповідної Державної цільової програми (в т.ч. в рамках науково-освітніх проектів ЄС в Україні).

Українській стороні слід брати активну участь в різноманітних загальноєвропейських ініціативах: в акціях у сфері регіональної політики (“Відкриті дні: Європейський тиждень регіонів та міст”), транспортної політики (“Європейський тиждень мобільності”), соціальної політики, політики зайнятості та працевлаштування тощо; в регулярних міжнародних конференціях ЄС, зокрема, з питань енергетичної, транспортної політики, освіти та ін.

– **Сформувати гнучкі механізми координації організаційно-фінансової діяльності між державними та іноземними (міжнародними) інституціями.** Забезпечити співробітництво з європейськими та євроатлантичними структурами та програмами (Представництво Європейської Комісії, Центр інформації та документації НАТО), інституції держав-членів ЄС і НАТО (Британська Рада, Шведська агенція міжнародного розвитку, фонди Ф.Еберта, Ф.Науманна, К.Аденауера, посольства країн ЄС та НАТО тощо), донорськими структурами (зокрема, Міжнародний фонд “Відродження”, Фонд “Євразія” та ін.).

Об’єднати в єдину “Культурну європейську програму” низку заходів, які здійснюються в Україні Представництвом Європейської комісії, посольства країн ЄС. Це сформувало б спільні рамки для реалізації культурних ініціатив країн ЄС в Україні.

– **Зміцнювати співпрацю з національними бізнес-колами.** Залучати до реалізації програм інформування український бізнес. Наприклад, СІПУ мав би бути спонсором і активним учасником реалізації програм, як і фонди В.Пінчука, Р.Ахметова та ін. Відповідна співпраця має розвиватися і на місцевому рівні.

– **Активізувати контакти з національними ЗМІ.** Ключовим напрямком інформаційної політики має бути співробітництво зі ЗМІ. За результатами моніторингу Центру Разумкова (2005-2008рр.), ставлення більшості громадян до ЄС та НАТО визначає інформація в ЗМІ, насамперед – на телебаченні (проте, за даними досліджень “Інтерньюз-Україна”, відповідні телевізійні матеріали становлять лише 5-6% усіх повідомлень, присвячених ЄС та євроінтеграції України). В рамках інформаційної політики мають бути розроблені прозорі, ефективні механізми співпраці з приватними вітчизняними ЗМІ, залучення їх до процесу інформування громадськості.

1.4. Адресність інформаційної політики. По-перше. Вона має бути розрахована на цільові групи, які

впливають на громадську думку (журналісти, працівники сфери освіти, лікарі, творча інтелігенція, керівництво місцевих органів самоврядування, профспілок). Має бути врахована соціальна структура суспільства (працівники агропромислового комплексу, підприємці, військовослужбовці та ін.).

По-друге. Слід орієнтуватися на демографічний зріз з урахуванням особливостей різних вікових груп. У фокусі інформаційної кампанії має бути найбільш соціально мобільна й активна група молоді (18-29 років). Слід враховувати специфіку інших вікових груп: людей середнього віку (30-39 та 40-49 років), старших осіб (50-59 та 60 років і старші). Ці категорії громадян суттєво відрізняються за рівнем підтримки європейської і євроатлантичної інтеграції. З огляду на це, має визначатися тематика і зміст публічних заходів, друкованої продукції, теле- та радіопередач.

По-третьє. Необхідно враховувати регіональну специфіку. Позиції жителів Південного і Східного регіонів країни стосовно європейської і євроатлантичної інтеграції суттєво відрізняються від думок жителів Центру та Заходу. Це слід мати на увазі, виконуючи заходи (зокрема, частина друкованої продукції про ЄС і НАТО може видаватися російською мовою, мати адаптований до відповідного регіону характер).

Інформаційна політика має орієнтуватись і на цільові регіональні групи: жителі сіл – група, яка має обмежений доступ до комунікаційних каналів (телебачення, радіо, місцеві газети); жителі малих міст – група середнього доступу до комунікаційних каналів; жителі великих міст – група високого доступу до комунікаційних джерел.

1.5. Врахування специфіки суспільного попиту на інформацію. Характер інформаційних потреб громадян має визначати зміст інформаційної політики. За результатами соціологічних досліджень Центру Разумкова, інтерес громадян до ЄС є конкретним і прагматичним. Насамперед, громадян цікавлять соціальні стандарти у країнах ЄС, наслідки можливого вступу, інформація про життя людей, реалізація соціально-економічних, освітніх та ін. програм ЄС в Україні. Дещо менший інтерес – до історії ЄС, його зовнішньої політики, політики безпеки.

У центрі інформаційної кампанії з питань євроатлантичної інтеграції мають бути актуальні проблеми, які обговорюються в суспільстві і на яких активно спекулюють певні політичні сили. Це, насамперед: відповідність національним інтересам альтернативних моделей забезпечення національної безпеки (зокрема, набуток нейтралітету, вступ до ОДКБ); фінансово-економічні наслідки вступу країни до НАТО; допомога НАТО Україні в різних сферах; принципи та механізми прийняття рішень у НАТО, зокрема, стосовно участі окремих країн у військових операціях Альянсу; “російський фактор” у відносинах Україна-НАТО тощо.

2. КОМПЛЕКСНА РЕАЛІЗАЦІЯ ДЕРЖАВНИХ ЦІЛЮВИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРОГРАМ

Консолідації українського суспільства стосовно інтеграції до ЄС і НАТО має сприяти ефективна реалізація нових державних цільових програм інформування громадськості з питань європейської та євроатлантичної інтеграції на 2008-2011рр. (далі – програми). Їх ефективному виконанню сприятимуть наступні кроки.

2.1 Забезпечення збалансованості та системності виконання програм. Заходи визначені в цих документах мають бути скоординовані та співвіднесені з відповідними заходами Державної програми підготовки,

перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців у сфері європейської і євроатлантичної інтеграції України на 2008-2011рр.

Розробці заходів має передувати поглиблене соціологічне опитування, яке визначатиме специфіку інформаційних потреб громадськості, ієрархію інтересів, регіональну та соціальну специфіку. До розробки заходів слід залучати фахівців з рекламних та PR-технологій.

Комплекс щорічних заходів має чітко відповідати цілям і завданням програм. Заходи складатимуть трирівневу збалансовану систему – річні плани заходів на виконання державних програм (затверджуються КМ України); річні плани заходів центральних органів виконавчої влади (затверджуються міністерствами та відомствами); річні регіональні плани заходів на виконання державних програм (затверджуються обласними, Київською і Севастопольською міськими державними адміністраціями, Радою Міністрів АР Крим).

2.2. Впровадження ефективної координації, контролю і моніторингу виконання програм.

Забезпечення координації та контролю. Координація і контроль здійснюються новостворюваним Національним агентством європейської інтеграції, діяльність якого спрямовується та координується Кабінетом Міністрів України через Віце-прем'єр-міністра України. Агентство є державним замовником-розпорядником програм².

З метою ефективної реалізації **державної інформаційної політики у сфері європейської інтеграції** і відповідної програми при Агентстві створюється Координаційна рада³, до складу якої входять представники зацікавлених органів виконавчої влади, державних науково-дослідних установ, профільних комітетів Верховної Ради України, неурядових організацій і ЗМІ. В рамках Координаційної Ради можуть створюватися робочі та експертні групи, які здійснюють реалізацію та аналіз ефективності окремих напрямів програми. Очолює Координаційну раду керівник Програми (голова, або заступник голови Агентства).

Координаційна Рада аналізує звіти про виконання щорічних планів заходів з виконання програми і виносить їх на громадське обговорення, дає оцінку перебігу реалізації програми. За результатами моніторингу, можуть вноситися відповідні корективи до програми та щорічних планів заходів з її виконання.

Завдання підготовки висновків і рекомендацій щодо ефективності впровадження **державної інформаційної політики у сфері євроатлантичної інтеграції** та відповідної програми, моніторингу заходів, здійснюваних державними органами, підготовка звітних матеріалів щодо стану виконання програми інформування з питань євроатлантичної інтеграції, ефективності використання бюджетних асигнувань, що спрямовуються на підтримку відповідної державної цільової програми, покладаються на Національний центр з питань євроатлантичної інтеграції України.

Виконання програми здійснюється відповідно до принципу трисекторного партнерства, коли головними виконавцями заходів є громадські організації і ЗМІ, за фінансової підтримки держави.

Проведення регулярного моніторингу виконання програм. Ефективність реалізації програм має регулярно оцінюватися на основі розробленої оригінальної методології, яка б охоплювала індекси

кількісної і якісної оцінки на основі аналізу виконання щорічних заходів з реалізації програм⁴.

Додатковими інструментами моніторингу можуть бути:

- проведення поглиблених соціологічних досліджень і фокус-груп;
- проведення регулярних експертних опитувань;
- контент-аналіз провідних ЗМІ;
- підготовка щорічних аналітичних звітів про виконання та проектів щорічних планів виконання програм і внесення цих звітів на громадське обговорення;

За результатами моніторингу, має видаватися щорічник "Державна інформаційна політика у сфері європейської та євроатлантичної інтеграції".

2.3. Забезпечення стабільного, прозорого фінансування програм.

Фінансування програм здійснюється за рахунок:

- коштів державного бюджету в межах бюджетних призначень, передбачених центральним органам виконавчої влади на відповідні роки;
- коштів місцевих бюджетів, зокрема за рахунок щорічних субвенцій з державного бюджету; інших передбачених законом джерел.

Загальний обсяг видатків на виконання кожної із програм має становити **не менше 10-12 млн. грн. щорічно** (по 60 млн. грн. протягом всього періоду). Обсяги фінансування програм уточнюються щороку.

Необхідно створити умови для залучення державних і позабюджетних коштів для підтримки ініціатив громадських організацій в рамках реалізації програм. Додатковим джерелом фінансування можуть бути міжнародна технічна допомога, що надається Уряду України, цільова допомога структур ЄС і НАТО, гранти державних і неурядових структур країн ЄС, кошти учасників програм.

Виділяти бюджетні кошти на реалізацію програм потрібно за пріоритетним принципом. Щорічні фінансові звіти про витрати на виконання програм підлягають оприлюдненню.

Слід впровадити принцип фінансування тематичних напрямів, а не окремих заходів – державна підтримка має спрямовуватися не на окремі дії (конференції, круглі столи), а на процеси, що є частиною інформаційної стратегії і сприяють досягненню мети програм.

Фінансування програм має відбуватися на прозорих, відкритих засадах, зокрема, через проведення тендерів та публічних конкурсів для громадських організацій, провідних українських ЗМІ та промодійних компаній. Інформація про тендери та конкурси має щороку публікуватися в національних та регіональних ЗМІ і поширюватися серед українських неурядових організацій та мас-медіа.

Ініціювати внесення змін до чинного законодавства про державні закупівлі з метою створення сприятливих умов для участі у відкритих торгах неурядових структур з урахуванням їх статусу як невідприємницьких, суспільно корисних організацій. Ввести їх представників до складу тендерних комітетів.

На думку експертів Центру Разумкова, реалізація цих пропозицій сприятиме підвищенню ефективності державної інформаційної політики у сфері європейської і євроатлантичної інтеграції, забезпеченню свідомої суспільної підтримки інтеграції України до ЄС і НАТО. ■

² До створення Агентства державним замовником програм залишається Державний комітет телебачення і радіомовлення України.

³ Згідно з п.41 Постанови КМ України №106 від 31.01.07р. про "Порядок розроблення та виконання державних цільових програм".

⁴ Її основою може стати методологія, розроблена та апробована Центром Разумкова для проведення моніторингу виконання Плану дій Україна-ЄС.

Виконання Державної програми інформування громадянської інтеграції України на 2004-2007рр.

Пункт Програми	Оцінка виконання
1. Проведення прес-конференцій, зустрічей керівників органів виконавчої влади з представниками засобів масової інформації, оприлюднення прес-релізів тощо з метою: - роз'яснення державної політики у сфері європейської інтеграції; - інформування громадськості: • про результати проведення самітів "Україна - Європейський Союз", засідань Ради з питань співробітництва між Україною та Європейськими Співтовариствами (Європейським Союзом) та її Комітетів, інших заходів, що стосуються відносин України з ЄС; • про хід адаптації законодавства України до законодавства ЄС; • щодо розвитку інтеграційних процесів у різних сферах та з окремих актуальних питань співробітництва між Україною та ЄС.	Виконано. Кількісні результати є вагомими. Держкомтелерадіо, Укрінформ протягом 2007р. забезпечували у ЗМІ належне інформування громадськості щодо проведення прес-конференцій, брифінгів та інших публічних заходів за участю керівників органів виконавчої влади. Особливо значною була роль МЗС і Мінекономіки. За період виконання Програми більш системно запрацювали обласні державні адміністрації. Загалом, Програма лише дала імпульс для активізації дії окремих міністерств і відомств, які раніше надавали питанням інформування менше уваги, але мало сприяла підвищенню ефективності інформаційної політики.
2. Проведення за участю громадськості конференцій, семінарів, круглих столів та інших публічних заходів з окремих актуальних питань співробітництва між Україною та ЄС.	Виконано. Виконання стало можливим значною мірою завдяки активності на передбачених Програмою виконавців. До звітів внесені дані про діяльність органів виконавчої влади, яка певною мірою стосується співпраці з ЄС.
3. Проведення Дня Європи та днів держав-членів ЄС.	Виконано. Святкування Дня Європи перетворилося на масштабний захід, який привертає увагу жителів великих міст. Його успішність значною мірою визначається активністю європейських партнерів, зокрема, наданням матеріальних ресурсів.
4. Підготовка та публікація видань: "ЄС на інвестиційній карті України" і "ЄС на інвестиційній карті регіонів України" (у друкованому та електронному форматах).	Не виконано. Відсутнє фінансування. На сайті Представництва ЄК в Україні розміщено матеріали "Прямі іноземні інвестиції ЄС в Україні".
5. Створення загальнодержавної інформаційної мережі з питань європейського права.	Виконано частково. Міністерства розміщують на сайтах проекти законів для обговорення та чинні закони для ознайомлення. У вересні 2007р. Державним департаментом з питань адаптації законодавства Мін'юсту презентована електронна система документів ЄС, перекладена на українську мову.
6. Забезпечення доступу до європейських правових, бібліографічних та інших інформаційних баз даних.	Виконано. Центри європейської документації з вільним доступом працюють у приміщеннях Академії державного управління при Президентові України та Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Т.Г.Шевченка. Переважний внесок у виконання належить Представництву ЄК.
7. Видання бюлетеня "Євроінформ" (у друкованому та електронному форматах) з поданням у ньому інформації про законодавство ЄС.	Виконано. Мін'юст організував щоквартальний випуск вісника Державного департаменту з питань адаптації законодавства "Євроінформ". Перший номер вийшов друком у грудні 2005р. Вісник є змістовним, але виходить нерегулярно, його обсяг є недостатнім.
8. Видання методичного посібника з користування розділом "Документи ЄС" офіційного веб-сайту ЄС і забезпечення ним органів державної влади, зацікавлених підприємств, установ та організацій України.	Не виконано.
9. Створення спеціальних рубрик для висвітлення питань європейської інтеграції на веб-сайтах органів виконавчої влади та регулярне оновлення інформації на них.	Виконано. Рубрики створені практично в усіх центральних органах виконавчої влади та обласних держадміністраціях. Не всі рубрики відповідають належному рівню, можливо – через брак фінансових ресурсів.
10. Регулярне оновлення на веб-сайтах державних періодичних видань рубрики щодо висвітлення питань європейської інтеграції.	Виконано. На веб-сайтах державних і комунальних періодичних видань регулярно оновлюються матеріали про європейську інтеграцію. Визначити роль Програми в цій роботі важко.
11. Проведення соціологічних досліджень та моніторингу інформованості громадськості про взаємовідносини України з ЄС, ставлення населення до актуальних питань європейської інтеграції в Україні.	Не виконано. Передбачалося проведення щорічних соціологічних досліджень, які б дозволяли коригувати інформаційну політику та оцінювати її ефективність. Однак було проведено лише одне опитування у грудні 2006р., яке не виконало належної ролі.
12. Видання брошур, довідників, наукових, публіцистичних та інших праць, присвячених історії та перспективам розвитку ЄС, механізму прийняття рішень інституціями ЄС, політиці ЄС у різних сферах співробітництва, вимогам до держав - кандидатів на вступ до ЄС, розширенню ЄС, окремим напрямкам і питанням співробітництва між Україною та ЄС тощо.	Виконано частково. Видано значну кількість довідкових, науково-популярних, публіцистичних видань, учбової літератури. Однак, ця діяльність не має системного характеру, спеціальні заходи заохочення в рамках Програми не здійснювалися. Ефективність цієї роботи є незначною.
13. Підготовка та видання підручників і навчальних посібників із зміщенням до них матеріалів про ЄС.	Виконано частково. Вищі навчальні заклади забезпечені підручниками задовільно. Підготовка підручників для шкіл здійснюється із запізненням. Серйозною є проблема вчасного і кваліфікованого забезпечення вчителів поточною інформацією. Фактично, учні не мають можливості отримати інформацію, що стосується поточних подій у ЄС.
14. Виготовлення рекламної продукції (плакатів, листівок, календарів тощо) з метою поширення інформації про ЄС.	Виконано частково. Окремі міністерства та відомства, обласні державні адміністрації видають рекламну продукцію для використання у своїх структурах, але її підготовка та розповсюдження є несистемними.
15. Організація відвідань українськими журналістами держав-членів ЄС для ознайомлення з різними аспектами їх політичного, соціально-економічного, культурного життя з метою більш широкого інформування громадськості України про ЄС.	Фактично не виконано. Один раз на рік Представництво ЄК в Україні організує п'ятиденні візити 10-15 українських журналістів до інституцій ЄС в Брюсселі. Окремі ознайомчі поїздки за підтримки міжнародних партнерів організовувалися на місцевому рівні.
16. Організація Всеукраїнського конкурсу журналістів на найкраще висвітлення відносин України з ЄС.	Не виконано. Представництво ЄК в Україні ініціювало конкурс для журналістів "Європейський Союз в українських медіа" з метою визначення учасників візиту журналістів до Брюсселя.

17. Підготовка тематичних матеріалів з актуальних питань європейської інтеграції для загальнодержавних і регіональних засобів масової інформації.	Виконано частково. Окремі міністерства, відомства, обласні державні адміністрації надають інформаційні повідомлення до ЗМІ, але координації дій і єдиного механізму підготовки та розповсюдження матеріалів немає.
18. Організація в теле- та радіоэфірї: - трансляції теле- і радіопрограм ЄС ("Євроновини", "Євроспорт" тощо), в т.ч. адаптованих; - телевізійних дебатів, круглих столів, дискусій з проблем європейської інтеграції; - телемовств за участю представників держав-членів та інституцій ЄС; - циклу передач з окремих питань співробітництва між Україною та ЄС; - розважальних передач, телевізійних програм на європейську тематику.	Не виконано. Найбільш суттєві та важливі завдання – забезпечення широкого доступу громадян до європейських телевізійних і радіопрограм – не вирішені. На виконання цього пункту Програми видається перелік передач євріних ЗМІ, які існують незалежно від Програми та не обов'язково сприяють досягненню її цілей.
19. Видання і розповсюдження інформаційного вісника (у друкованому та електронному форматах), присвяченого основним заходам і подіям у рамках співробітництва між Україною та ЄС.	Не виконано. Держкомтелерадіо, Мінекономіки та МЗС розміщують інформаційно-аналітичні матеріали з актуальних питань європейської інтеграції на сайтах. Кошти на видання вісника не виділялися.
20. Започаткування роботи прес-клубу "Наша Європа" за участю українських та іноземних журналістів.	Не виконано.
21. Забезпечення роботи "вуличного телебачення" в регіонах України з метою висвітлення різних аспектів життя в державах-членах ЄС.	Виконано частково. Телерадіокомпанії України забезпечують роботу вуличного телебачення під час ток-шоу і святкових заходів. Вуличне телебачення організовано в Черкасах, Сумах, Луганську. Ефективність цього заходу для досягнення цілей Програми є незначною.
22. Створення інформаційних центрів з питань європейської інтеграції та відкриття в містах інформаційних куточків Європи із забезпеченням регулярного оновлення розміщеної в них інформації.	Виконано частково. Створено Європейський інформаційний кореспондентський центр при Торгово-промисловій палаті України; інформаційні центри створюються у вищих навчальних закладах і бібліотеках багатьох регіонів. Головним джерелом матеріалів є Представництво ЄС в Україні.
23. Проведення громадських читань з актуальних питань європейської інтеграції.	Виконано частково. Подібні заходи записуються спорадично, недостатньо ефективними. Потреба в публічних обговореннях як механізмі врахування громадської думки і пропозицій фахівців "третього сектору" не враховується.
24. Здійснення заходів щодо запровадження в регіональних друкованих засобах масової інформації спеціальної рубрики "Європейський Союз", опублікування в ній матеріалів про політичне, соціально-економічне, культурне життя в державах-членах ЄС.	Не виконано. Близька за змістом робота здійснюється в межах п.17 Програми.
25. Проведення публічних заходів, присвячених міжрегіональному співробітництву між Україною та ЄС, у т.ч. в рамках єврорегіонів.	Загалом виконано. Мінекономіки проведено семінари з представниками обласних державних адміністрацій і місцевих органів влади прикордонних регіонів з питань транскордонного співробітництва. Окремі слід відзначити розвиток транскордонної співпраці (МНС та Держзодгосп) на західних кордонах.
26. Запровадження у зміст загальної середньої освіти питань, пов'язаних зі створенням і діяльністю ЄС, європейською інтеграцією України.	Загалом виконано. Зазначені питання внесені до навчальних програм і підручників з історії, географії, економіки для учнів старших класів загальноосвітніх та професійно-технічних навчальних закладів.
27. Проведення всеукраїнського конкурсу на найкращий підручник і навчальний посібник для загальноосвітніх навчальних закладів України з матеріалами про ЄС.	Виконано. Але робота ведеться не ефективно, із затримкою у часі.
28. Підготовка (в т.ч. за кордоном) вчителів і викладачів навчальних закладів України з питань європейської інтеграції.	Загалом виконано. Визначено структуру та обсяги підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців у сфері європейської та євроатлантичної інтеграції. Затверджено Перелік вищих навчальних закладів і закладів післядипломної освіти. Підготовка висококваліфікованих педагогічних кадрів залишається гостро актуальною.
29. Організація в бібліотеках навчальних закладів України інформаційних експозицій, присвячених ЄС.	Формально виконано. Див. пункт 22.
30. Проведення серед учнівської молоді конкурсів, конференцій, вікторин з питань співробітництва між Україною та ЄС.	Проведені Всеукраїнські учнівські олімпіади з історії, географії, економіки, завдання яких передбачали виявлення знань про закономірності розвитку країн західної демократії, етапи європейської інтеграції та роль і місце України в цьому процесі. Значна робота здійснюється на регіональному рівні.
31. Проведення всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з актуальних питань взаємодії між Україною та ЄС.	Виконано частково. Повноцінного загальнонаціонального конкурсу не існує. У 2005-2007рр. проведено Всеукраїнські конкурси студентських наукових робіт з питань європейської інтеграції на базі Волинського державного університету імені Лесі Українки. Його масштаби є обмеженими.
32. Організація відвідань українськими студентами держав-членів ЄС з метою ознайомлення з їх політичним, соціально-економічним, культурним життям.	Фактично не виконано. Ознайомчі візити під егідою Програми не здійснювалися.
33. Сприяння формуванню у навчальних закладах мережі "європейських клубів".	Не виконано. Реального сприяння не надавалося. Мережа клубів розвивається переважно на ініціативі студентів і підтримці міжнародних фондів.
34. Здійснення заходів з метою залучення України до співробітництва в рамках програм ЄС у сферах освіти, науки, культури та інформації.	Виконано частково. Україна приєдналася до Болонського процесу, що сприятиме адаптації національної системи вищої освіти до ринкових умов та її інтеграції до європейського освітнього простору. Створені умови участі вузів у європейських програмах "Сократес-Еразмус" і "Леонардо да Вінчі". Наразі ефективність цієї роботи є обмеженою.
35. Здійснення заходів із залучення міжнародної технічної допомоги, в т.ч. ЄС та його держав-членів, для виконання Програми.	Виконано частково. ЄС реалізувала інформаційну програму для України, яка передбачає підтримку публікацій телерадіокомпаній, підтримку та оновлення веб-сайтів, інформаційні ярмарки Дня Європи в регіонах, відвідування українськими журналістами інституцій ЄС, підтримку мережі європейських центрів документів і регіональних бібліотек тощо.
36. Залучення до реалізації заходів з виконання цієї Програми громадських організацій.	Виконано частково. Сформована широка мережа громадських та експертних рад. Центральними та місцевими органами влади здійснюються численні заходи і співпраця з громадськими організаціями. В багатьох випадках саме останні є ініціаторами такої співпраці. Ефективність взаємодії влади і "третього сектору" є незначною.

* Тут і далі застосовуються наступні скорочення: Держзодгосп – Державний комітет України по водному господарству; Держкомтелерадіо – Держкомітет телебачення і радіомовлення України; ЄС – Європейська Комісія – ЄС; ЗМІ – засоби масової інформації; Мінекономіки – Міністерство економіки України; МЗС – Міністерство закордонних справ України; МНС – Міністерство внутрішніх справ України; МОН – Міністерство освіти і науки України; Мін'юст – Міністерство юстиції України; Українське національне інформаційне агентство УкрІнформ – УкрІнформ.

Виконання Державної програми інформування громадськості з питань євроатлантичної інтеграції України на 2004-2007рр.*

Пункт Програми	Оцінка виконання
1. Організація висвітлення діяльності НАТО, переваг членства в цій організації, стану та перспектив співробітництва України з НАТО.	Виконано частково. Лише МЗС та Мініоборони систематично надавали відповідну інформацію і сприяли її донесенню до широкої громадськості. Роль державного телебачення і радіо (в т.ч. регіонального) не реалізована належним чином.
2. Забезпечення інформування громадськості про рішення органів державної влади з питань євроатлантичної інтеграції України через засоби масової інформації.	Виконано частково. Значна частина державних рішень залишилася невідомою громадськості, що створило широкий простір для інформаційних маніпуляцій.
3. Організація та проведення прес-конференцій, брифінгів тощо з питань співробітництва України з НАТО.	Виконано частково. Бракувало злагодженості та координації між органами виконавчої влади, окремі важливі події залишалися без належного висвітлення та роз'яснення, бракувало ефективних контрзаходів у випадку масованих інформаційних атак на євроатлантичний курс України.
4. Проведення громадських читань із питань євроатлантичної інтеграції України.	Виконано частково. Головна заслуга у виконанні цього пункту належить громадським організаціям, які поклалися переважно на власні ресурси.
5. Проведення круглих столів з актуальних питань євроатлантичної інтеграції України за участю вітчизняних та зарубіжних політиків, експертів, представників громадських організацій та засобів масової інформації, викладачів та студентів вищих навчальних закладів.	Виконано частково. Серед державних органів постійну активність виявляв Національний центр з питань євроатлантичної інтеграції. У більшості інших випадків провідна роль належала громадським організаціям, які поклалися насамперед на власні ресурси.
6. Створення та постійне оновлення рубрик щодо висвітлення євроатлантичної інтеграції України на веб-сайтах центральних органів виконавчої влади.	Виконано частково. Повнота виконання є заручником політичної ситуації і політичної волі окремих осіб – керівників відповідних органів.
7. Організація фотовиставок, присвячених історії і сучасності НАТО, презентацій результатів досліджень щодо діяльності НАТО та переваг членства в цій організації, стану та перспектив співробітництва України з НАТО, участь у презентаціях нових видань НАТО.	Виконано. У більшості випадків ідеться про "євроатлантичний компонент" заходів з ширшої тематики. За цим пунктом фіксується значна кількість формальної звітності органів виконавчої влади.
8. Проведення семінарів з обміну досвідом застосування нових методів та форм вивчення громадської думки щодо актуальних питань співробітництва України з НАТО.	Виконано частково. Зокрема, МОН зіграв про проведення у 2007р. семінару "Застосування нових методів та форм вивчення громадської думки щодо актуальних питань співробітництва України з НАТО".
9. Проведення моніторингу рівня інформованості громадян про співробітництво України з НАТО та соціологічних досліджень щодо факторів впливу на рівень їх інформованості з цих питань.	Виконано частково. Проведено окремі разові опитування, які не можна вважати повноцінним моніторингом.
10. Проведення моніторингу ставлення громадян до євроатлантичної інтеграції України шляхом телефонного опитування у містах, кількість населення яких перевищує 1 млн. жителів.	Виконано частково. Окремі соціологічні дослідження не можна вважати повноцінним моніторингом.
11. Проведення в друкованих засобах масової інформації опитувань з актуальних питань євроатлантичної інтеграції України.	Не виконано. Сумнівною є сама можливість таких опитувань і відповідність цього пункту цілям Програми.
12. Проведення інтерактивних голосувань під час показу телепрограм із питань євроатлантичної інтеграції України.	Виконано. Виконання цього пункту має досить обмежений вплив на реалізацію цілей Програми.
13. Проведення Інтернет-опитувань з актуальних питань євроатлантичної інтеграції України.	Виконано. Виконання цього пункту має досить обмежений вплив на реалізацію цілей Програми.
14. Створення та демонстрація на телеканалах інформаційних програм, присвячених діяльності НАТО та держав - членів НАТО, стану та перспективам співробітництва України з цією організацією.	Виконано частково. Випуск телепродукту не має системного характеру. Деякі програми з відповідної тематики, з'явившись в ефірі, невдовзі зникли. Бракує скоординованих зусиль з просування створеного продукту на комерційні телеканали.
15. Створення циклу передач "ток-шоу" на провідних телеканалах, присвяченого обговоренню питань євроатлантичної інтеграції України (економічні, культурні, соціальні, оборонні та інші аспекти).	Виконано частково. Питання євроатлантичної інтеграції обговорювалися на окремих ток-шоу, однак спеціального телевізійного дискусійного майданчика з цих питань не створено.
16. Проведення моніторингу провідних загальнодержавних і регіональних друкованих засобів масової інформації щодо висвітлення питань співробітництва України з НАТО.	Виконано. Подібний моніторинг надається обласними державними адміністраціями, однак його якість не завжди відповідає рівню, необхідному для глибокої оцінки інформаційного простору.
17. Проведення з представниками регіональних засобів масової інформації семінарів з питань висвітлення співробітництва України з НАТО.	Виконано. Задяки активній ролі громадських організацій, однак кількість таких заходів не є достатньою.

18. Підготовка тематичних матеріалів для загальнодержавних і регіональних засобів масової інформації з питань євроатлантичної інтеграції України.	Виконано частково. Виникли проблеми з розміщенням таких матеріалів через брак фінансових ресурсів і політичну кон'юнктуру.
19. Видання брошури з актуальних питань євроатлантичної інтеграції України.	Виконано частково. Якість матеріалів – нерівноцінна. Бракує тиражів, реклами і просування продукту.
20. Запровадження у зміст загальної середньої освіти питань, пов'язаних зі створенням і діяльністю НАТО, євроатлантичною інтеграцією України.	Виконано частково. Реалізується в контексті ширшої тематики європейської інтеграції.
21. Підготовка, видання та оновлення навчально-методичних матеріалів з питань євроатлантичної інтеграції України для загальноосвітніх та вищих навчальних закладів.	Виконано частково. У переважній більшості випадків їдється про євроатлантичний компонент у матеріалах з європейської інтеграції, новітньої історії або міжнародних відносин загалом.
22. Організація інформаційних візитів для вчителів і викладачів навчальних закладів до штаб-квартири НАТО в Брюсселі.	Виконано частково. Через низьку інтенсивність візитів було охоплено статистично незначну кількість викладачів суспільних наук.
23. Організація підготовки з питань євроатлантичної інтеграції України вчителів і викладачів навчальних закладів України.	Виконано частково. Виконання відбувалось із залученням іноземної допомоги.
24. Організація і проведення семінарів з актуальних питань євроатлантичної інтеграції для вчителів і викладачів суспільних наук.	Виконано. Однок вплив і якість проведення подібних заходів є вкрай нерівнозначними.
25. Проведення в Міжнародному дитячому центрі "Артек" всеукраїнської наукової конференції школярів "Євроатлантична інтеграція України".	Виконано у зміненому форматі. Змінено етап всеукраїнського конкурсу-захисту науково-дослідницьких робіт з питань євроатлантичної інтеграції учнів-членів Малої академії наук.
26. Запровадження у вищих навчальних закладах вивчення євроатлантичних інтеграційних процесів і курсу України на євроатлантичну інтеграцію.	Виконано частково. У багатьох вищих навчальних закладах викладаються курси на зразок "Європейська та євроатлантична інтеграція України", однак рівень забезпечення фаховими викладачами залишається переважно незадовільним.
27. Організація та проведення всеукраїнського конкурсу молодих науковців та науково-практичної конференції з питань євроатлантичної інтеграції України.	Виконано у зміненому форматі. Відбулася зміна цільової аудиторії на школярів. У 2007р. конкурс мав назву "Безпечна Україна. Безпечний світ".
28. Створення міжнародного молодіжного табору в Карпатах для студентів та молоді держав - учасниць програми "Партнерство заради миру".	Не виконано.
29. Організація навчання у державах-членах НАТО курсантів військових навчальних закладів України.	Не виконано.
30. Участь в інформаційних та освітніх проектах у рамках програми "Партнерство заради миру".	Виконано. Найбільш відомий приклад – міжнародний конкурс "Аліанте".
31. Проведення міжнародних семінарів з обміну досвідом формування у громадян держав Центрально-Східної Європи позитивного ставлення до євроатлантичної інтеграції та НАТО.	Виконано частково. Завдяки зусиллям громадських організацій за загальним низького інтересу органів влади.
32. Організація всеукраїнського конкурсу журналістів на краще висвітлення питань співробітництва України з НАТО.	Не виконано. Причиною невиконання є криза тендерних закупівель.
33. Здійснення заходів щодо створення центру досліджень діяльності НАТО.	Не виконано.
34. Вжиття заходів щодо залучення міжнародної технічної допомоги, в т.ч. НАТО та її держав-членів, для виконання Програми.	Виконано частково. Практика свідчить, що Україна через низьку абсорбційну спроможність не використовує всіх можливостей щодо залучення міжнародної технічної допомоги.
35. Залучення до реалізації заходів із виконання цієї Програми громадських організацій.	Виконано частково. Держава практикує вибіркове залучення громадських організацій (ГО) і переважно покладається на ресурси ГО та іноземних фондів, що суперечить практиці успішних інформаційних кампаній, головним донором яких була саме держава.

* Тут застосовуються наступні скорочення: Держводгосп – Державний комітет України по водному господарству; Держкомтелерадіо – Державний комітет телебачення і радіомовлення України; Європейська Комісія – ЄК; ЗМІ – засоби масової інформації; Мінекономіка – Міністерство економіки України; МЗС – Міністерство закордонних справ України; МНС – Міністерство України з питань надзвичайних ситуацій та у справах захисту населення від наслідків Чорнобильської катастрофи; Міноборони – Міністерство оборони України; МОН – Міністерство освіти і науки України; Мін'юст – Міністерство юстиції України; Українське національне інформаційне агентство УКРНІОРА – УкрІнформ.

ШЛЯХ ДО ЄС ТА НАТО: ЗДОБУТКИ, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ*

СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО РОЗВ'ЯЗАННЯ ПРОБЛЕМ В ІНФОРМАЦІЙНІЙ СФЕРІ ПОТРИБЕН УКРАЇНІ ДЛЯ ЇЇ ПОДАЛЬШОГО УТВЕРДЖЕННЯ ЯК ПОВНОЦІННОЇ ДЕМОКРАТИЧНОЇ ДЕРЖАВИ



Райса БОГАТИРЬОВА,
секретар Ради національної
безпеки і оборони України

– Якими є конкретні здобутки і проблеми у виконанні державних програм інформування громадськості з питань європейської та євроатлантичної інтеграції України на 2004-2007рр.?

На мій погляд, державна програма, незважаючи на нерівномірний, а часто й недостатній рівень фінансування з Державного бюджету, дає реальний шанс об'єктивно та постійно інформувати громадян України про реальну сутність НАТО та перспективи євроатлантичної інтеграції. Це не намір, так би мовити, адмініструвати на урядовому рівні актуальну для українців проблему. Це – намагання розширити світоглядні горизонти людей, надати їм не лише чесну та неупереджену інформацію, але й розпочати відкриту дискусію про спільну відповідальність за національну безпеку.

Ключем, який має надати всім вільний доступ до цієї, однієї з найбільш чутливих для нас інформації, є створення системи соціологічного та експертного моніторингу, який має можливість ефективно відслідковувати динаміку змін у ставленні різних верств населення України до процесів євроатлантичної інтеграції.

Водночас, оскільки у нас уже традиційно склалася система різноманітних стримувань, то успішний реалізації програми заважає ряд проблем. Їх перші за все, йдеться про надзвичайно низький рівень координації та контролю над здійсненням програми, а також про відсутність творчого, а можливо – й відповідального підходу до її виконання. Формалізм чиновників уже призвів до того, що інформаційні потоки переважно не доходять до масового споживача – широких верств населення. Разом з тим, з одного боку, експерти та науковці отримують таку інформацію кожен на своєму рівні і не консолидовано, а з іншого – постійно перебувають під тиском політиків полярних політичних уподобань. Тому не вдається сформувати й національний банк інформації, який міг би підтримувати певний рівень дискусії навколо теми НАТО.

Недостатньо використовується також потенціал громадських організацій. На майбутнє треба враховувати той факт, що саме неурядові організації мають

безпосередній вихід на конкретні суспільні групи і вплив на громадську думку.

– Як Ви в цілому оцінюєте державну інформаційну політику у сфері європейської та євроатлантичної інтеграції?

На нинішньому етапі немає потреби в масштабних реформах у сфері здійснення інформаційної політики. Головне завдання полягає в наповненні існуючої програми реальним змістом, покращенні взаємодії між громадськими та державними секторами, підсиленні регіонального фактору. Необхідність вирішення цих питань врахована в Державній програмі інформування громадськості з питань євроатлантичної інтеграції на 2008-2011рр. Ми сподіваємося, що нова програма усуне попередні прорахунки і впровадить нові шляхи та форми реалізації державної інформаційної політики. А постійний моніторинг громадської думки надасть нам змогу оперативно реагувати на ті чи інші виклики під час реалізації програми.

– Які конкретно кроки необхідно здійснити для підвищення ефективності інформаційного забезпечення інтеграції України до ЄС і НАТО?

По-перше, треба підвищити рівень інформаційно-роз'яснювальної роботи в регіонах і залучати до цього громадські асамблеї та місцеві групи еліт, особливо ті, які орієнтуються на європейськість України. Саме такий підхід може забезпечити найбільший коефіцієнт інформованості за оптимальних фінансових витрат. Принципово важливим завданням є концентрація зусиль на активному залученні до процесу інформування населення місцевих ЗМІ. Вони можуть донести необхідну інформацію до цільових аудиторій в максимально доступній і зрозумілій для них формі. Головне, не потрібно боятися різних підходів та оцінок у цій, без перебільшення, резонансній для певних регіонів темі. Люди самі розберуться в цьому питанні, бо кожен з нас несе Україну у своєму серці. Звичайно, більших уваги та ресурсів потребуватимуть ті регіони, де підтримка євроатлантичної інтеграції України знаходиться на низькому рівні.

По-друге, видається доцільним об'єднання зусиль представників органів державної влади, аналітичних центрів і громадських організацій в питанні розробки довгострокової стратегії, яка б чітко визначила методологію, основні завдання, механізми та перспективи подальшої діяльності держави в зазначеній галузі.

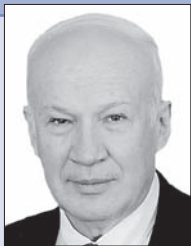
По-третє, слід посилити інформаційно-роз'яснювальну роботу щодо євроатлантичних інтеграційних прагнень України серед зарубіжної аудиторії.

Підсумовуючи, хотіла б відзначити, що проблемні питання співробітництва України з НАТО будуть найближчим часом обов'язково розглянуті на засіданні РНБО України. На моє глибоке переконання, **системний підхід до розв'язання наявних в інформаційній сфері проблем потрібен Україні для її подальшого утвердження як повноцінної демократичної держави.** ■

* Заочний Круглий стіл був проведений в лютому 2008р. Виступи учасників подаються в алфавітному порядку.

Центр Разумкова не отримав відповіді на питання Заочного круглого столу від керівництва Державного комітету телебачення і радіомовлення, Міністерства оборони та Міністерства освіти і науки України.

**ІНФОРМАЦІЯ МАЄ БУТИ
НЕУПЕРЕДЖЕНОЮ, ЗРОЗУМІЛОЮ,
ІНІЦІЮВАТИ ВІДПОВІДНУ ДИСКУСІЮ І
ПОШИРЮВАТИСЯ НА ВСІ РЕГІОНИ УКРАЇНИ**



Володимир ГОРБУЛІН,
голова Національного центру
з питань євроатлантичної
інтеграції України

– Якими є конкретні здобутки і проблеми у виконанні державних програм інформування населення з питань європейської та євроатлантичної інтеграції України на 2004-2007рр.?

Як голова Національного центру з питань євроатлантичної інтеграції, зосереджуюся на проблематиці реалізації інформаційної стратегії держави саме на євроатлантичному векторі. Що стосується виконання відповідної Державної програми інформування населення, то конкретні здобутки почали з'являтися лише протягом двох останніх років, із започаткуванням її реального фінансування. Проте, відразу виникли й певні проблеми. Як відомо, у 2006р. бюджет цієї Програми складав 5,2 млн. грн., з яких майже 4 млн. грн. було витрачено на організацію і проведення міжнародного медіафоруму “Україна на інформаційній карті світу”, а решта – спрямована на фінансування заходів річних планів обох державних програм інформування (щодо європейської і євроатлантичної інтеграції). У 2007р. реально виділено 5 млн. грн., з яких на реалізацію 20 проектів з інформування громадськості щодо євроатлантичного курсу України витрачено 2,873 млн. грн.

Найбільш успішно робота велася у форматі семінарів, круглих столів, конференцій, до участі в яких залучалися українські експерти та фахівці з країн-членів Альянсу. Значно збільшилася кількість подібних заходів на регіональному рівні за участю неурядових громадських організацій. Суттєво активізувалася діяльність регіональних органів державної влади та органів місцевого самоврядування, зокрема, в Запорізькій, Харківській, Вінницькій, Івано-Франківській, Луганській і Чернігівській областях – чого майже не спостерігалось попередніми роками.

– Як Ви в цілому оцінюєте державну інформаційну політику у сфері європейської та євроатлантичної інтеграції?

Оцінкою можна вважати ступінь обізнаності громадськості з питань євроатлантичної інтеграції та рівень суспільної підтримки можливого вступу України до НАТО. За результатами численних соціологічних опитувань, набуття нашої державою членства в Альянсі сьогодні готові однозначно підтримати 17-22% громадян, ще близько 19% вагаються з рішенням. При цьому, за останній рік відзначається зростання на 5-7% числа тих, хто вважає себе добре (або достатньо) поінформованим у сфері євроатлантичної інтеграції, проте загалом ця цифра не перевищує 30%.

Що стосується позитиву, то на мою думку, показовими є цифри, які свідчать про зменшення приблизно на 10% категоричних противників вступу України до НАТО. Тобто, ці люди принаймні почали замислюватися над цим питанням.

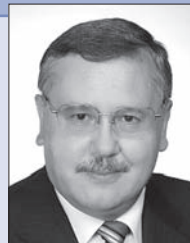
– Які конкретно кроки необхідно здійснити для підвищення ефективності інформаційного забезпечення інтеграції України до ЄС і НАТО?

Варто ще раз акцентувати увагу на головних принципах інформаційно-роз'яснювальної роботи: доступність, об'єктивність, дискусійність і всеосяжність. Іншими словами, інформація має бути зрозумілою для різних соціальних груп населення, мати неупереджений характер, ініціювати відповідну дискусію і поширюватися на всі регіони України. Безумовно, і фінансуватися така кампанія повинна не за “залишковим” принципом.

Що стосується конкретних кроків, то видається необхідним широке та активне залучення до процесу інформування телебачення, зокрема, національного рівня, яке за всіма показниками має найбільший вплив на формування громадської думки. Це можуть бути невеличкі відеоролики (на зразок “соціальної реклами”) про співробітництво України з НАТО не лише у військовій сфері, а й у науковій, гуманітарній, економічній тощо. Головне, щоб така кампанія мала системний характер.

Нарешті, ключовим питанням порядку денного залишається досягнення консенсусу конструктивних політичних сил нашої держави стосовно її “європейського” вибору і припинення спекуляцій навколо цієї проблематики. Треба не прикриватися “думкою народу”, а забезпечити доступ до відповідної інформації і надати народу можливість зробити власний свідомий вибір.

**ДЕРЖАВНІ СТРУКТУРИ НЕ ПРИДІЛЯЮТ
ЦИМ ПИТАННЯМ НАЛЕЖНОЇ УВАГИ**



Анатолій ГРИЦЕНКО,
голова Комітету
Верховної Ради України з питань
національної безпеки і оборони

– Якими є конкретні здобутки і проблеми у виконанні державних програм інформування громадськості з питань європейської та євроатлантичної інтеграції України на 2004-2007рр.?

Особливих здобутків я не бачу, державні структури не приділяють цим питанням належної уваги. Більш серйозно та послідовно в плані інформування громадськості щодо ЄС і НАТО, на мій погляд, працюють, Міністерство закордонних справ, Міністерство оборони та Міністерство юстиції.

– Як Ви в цілому оцінюєте державну інформаційну політику у сфері європейської та євроатлантичної інтеграції?

Якщо в цілому – то незадовільно, роботу згаданих трьох міністерств – задовільно.

– Які конкретно кроки необхідно здійснити для підвищення ефективності інформаційного забезпечення інтеграції України до ЄС і НАТО?

Перше – кожен член Уряду, кожен губернатор має виходити до людей через усі доступні ЗМІ, через особисте спілкування та показувати, що планується й робиться в його сфері відповідальності для наближення стандартів життя в Україні до рівня країн-членів ЄС і НАТО.

Друге – треба запрошувати до України насамперед представників країн-членів ЄС і НАТО, які за радянських часів належали до Варшавського Договору, а отже – не сприймалися як вороги СРСР в часи холодної війни. Аргументи, висловлені представниками саме цих держав, а не США, Німеччини чи Великої Британії, на мій погляд, краще сприйматимуться нашими громадянами, в т.ч. людьми старшого покоління.

Третє – я б пропонував ректорам українських університетів запрошувати в “альма матер” з лекціями їх випускників (радянських часів), які сьогодні обіймають впливові посади в Польщі, Болгарії, Чехії, Угорщині, країнах Балтії, їх слово про ЄС і НАТО більше шанувалося б українськими студентами. ■

УРОКИ З ПОПЕРЕДНЬОЇ ПРАКТИКИ ІНФОРМУВАННЯ ВИНЕСЕНІ, ПЕРШІ КРОКИ З ПІДВИЩЕННЯ ЇЇ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБЛЯТЬСЯ



Григорій НЕМИРЯ,
віце-прем'єр-міністр України

– Якими є конкретні здобутки і проблеми у виконанні державних програм інформування громадськості з питань європейської та євроатлантичної інтеграції України на 2004-2007рр.?

Я пропоную дивитися на державні програми інформування громадськості, дія яких вже завершилась, як на урок, який ми вивчили і зрозуміли. На жаль, важко говорити про конкретні здобутки у виконанні цих програм, оскільки рівень поінформованості громадян у сфері європейської і євроатлантичної інтеграції залишається досить низьким.

На мою думку, проблеми у виконанні цих програм були закладені ще під час їх розробки. Деякі заходи були надто загальними, виконання інших – заздалегідь нереалістичним. Крім того, часто бракувало політичної волі та досвіду з розробки й реалізації подібних програм, а державна машина залишалася радянською і не дозволяла ефективно їх реалізувати. Самі програми були заручниками системи – згадаймо проблеми у сфері державних закупівель, корупцію, невідповідне використання коштів.

Попри в цілому незадовільну реалізацію програм, все ж відбувалися велика кількість заходів з інформування у сфері європейської та євроатлантичної інтеграції, які здійснювалися переважно зусиллями неурядових організацій. Водночас, часто дискусія велася серед експертів, яких і не потрібно було інформувати чи переконувати. А прості громадяни залишалися непоінформованими й тому не завжди підтримували інтеграційні ініціативи влади або взагалі не розуміли їх.

Підбиваючи підсумок – реалізація програм не сприяла перетворенню нашого суспільства на поінформоване.

– Як Ви в цілому оцінюєте державну інформаційну політику у сфері європейської та євроатлантичної інтеграції?

На мою думку, державна інформаційна політика у сфері європейської та євроатлантичної інтеграції не досягла поставлених завдань. Вона була негнучкою і не допомагала українцям розуміти виклики та використовувати можливості.

Наведу лише два приклади. З червня 2007р. в ЄС запроваджена нова директива *Reach*, яка регулює збір

екологічних даних щодо 30 тис. хімічних продуктів. Інформацію про хімічні продукти, що експортуються до ЄС, буде внесено до бази даних новоствореного агентства й кожен продукт буде оцінюватися на предмет загрози здоров'ю людей або довкіллю. Ця ініціатива означає додаткові витрати для наших виробників та експортерів, але вони не зазнають значних витрат, якщо будуть достатньо поінформованими. Тепер питання: чи були вони поінформовані Урядом? Чи розуміють виклики та можливості? На жаль, ні.

Опоненти євроатлантичної інтеграції закликають зважати на Росію, яка виступає проти зближення України з НАТО. Але ні вони, ні Уряд не розповідали про те, що Росія бере участь у більшій кількості спільних ініціатив НАТО, ніж Україна. Як результат, суспільство залишається в полоні стереотипів холодної війни.

Державна інформаційна політика у сфері європейської та євроатлантичної інтеграції не може бути відірваною від інших політик Уряду. Сьогодні ми говоримо про переведення європейської та євроатлантичної інтеграції у площину внутрішньої політики, це є наша “домашня робота”. Ми розпочали переговори щодо нової посиленої угоди з ЄС та угоди про поглиблену вільну торгівлю з ЄС. Це створить нові виклики. Не інформуючи громадськість, не маючи її підтримки, ми заздалегідь прирікаємо себе на провал.

– Які конкретно кроки необхідно здійснити для підвищення ефективності інформаційного забезпечення інтеграції України до ЄС і НАТО?

Думаю, що перші кроки до підвищення ефективності були зроблені – розробляються нові державні цільові програми інформування громадськості з питань європейської та євроатлантичної інтеграції України на 2008-2011рр. Неурядові організації залучалися до розробки концепцій і змісту програм.

Зі свого боку, хочу запропонувати кілька конкретних кроків:

- **зміна акценту Програм:** представляти європейську та євроатлантичну інтеграції не лише як зовнішньополітичні зусилля, а як копітку домашню роботу;
- **використання нового підходу до планування щорічних заходів** на виконання програм. Ми не виграсмо за рахунок кількості, як це намагалися робити попередні уряди. Більшість проведених семінарів і круглих столів, виданих публікацій не давали відповідей на питання про ЄС і НАТО, не пояснювали вигоди та виклики інтеграції. Тому варто зосередитися на якості дискусій та матеріалів;

У контексті попереднього кроку було б доцільно **спрямувати частину програм на роботу з тими, хто поширює інформацію** про європейську та євроатлантичну інтеграцію. Насамперед, на журналістів та експертів. Першим часто бракує знань, а другим – вміння донести експертну оцінку в доступній для громадян формі. Тому необхідно поєднати зусилля цих двох груп;

- **ефективна координація:** Україна потерпає від відсутності належної координації процесу європейської та євроатлантичної інтеграції. І як наслідок, інформування громадськості відбувається винятково на рівні окремих міністерств. Створення органу, який здійснюватиме горизонтальну координацію європейської інтеграції, дозволить більш ефективно скерувати і процес інформування громадськості у сфері європейської інтеграції;
- **ефективне використання державних коштів:** Прем'єр-міністром було прийняте рішення про збільшення, як мінімум, утричі, коштів на інформування у сфері європейської та євроатлантичної інтеграції. Але цього недостатньо. Необхідно

також забезпечити прозорість системи державних закупівель, пов'язати заходи з інформування із загальною програмою європейської інтеграції Уряду (яка наразі розробляється) і спрямовувати кошти саме на ці заходи;

- **партнерство уряд – неурядові організації – бізнес:** уже сьогодні неурядові організації є активним партнером Уряду у процесі інформування громадськості. До цього необхідно залучити також український бізнес, який є однією із зацікавлених сторін інтеграційних процесів. ■

НЕОБХІДНО ПРОДОВЖИТИ ТА АКТИВІЗУВАТИ НИНІШНЮ ПРАКТИКУ ІНФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКОСТІ



Володимир ОГРИЗКО,
міністр закордонних справ України

– Якими є конкретні здобутки і проблеми у виконанні державних програм інформування населення з питань європейської та євроатлантичної інтеграції України на 2004-2007рр.?

Спочатку хочу правильно розставити акценти. Головним координатором і розпорядником бюджетних коштів на виконання згаданої Державної програми є Державний комітет телебачення і радіомовлення України. Тому повну картину з цього питання міг би дати його представник, а я можу розповісти лише про те, що зроблено Міністерством закордонних справ для підвищення обізнаності громадян щодо НАТО і співробітництва України з Альянсом та ЄС.

Говорячи про євроатлантичну інтеграцію, почну з того, що у 2004-2005рр. Держпрограма не фінансувалася зовсім. І це, звичайно, було головною проблемою. Можливо, плоди цих двох “втрачених” років сьогодні пожинає Україна. Дещо, звичайно, робилося. Робилося настільки, наскільки взагалі можливо щось робити без грошей. Про конкретні здобутки Міністерства можна говорити, починаючи з 2006р., коли ми змогли використати можливості Державної програми забезпечення позитивного міжнародного іміджу України на 2003-2006рр. за бюджетною статтею “Фінансова підтримка пропаганди за кордоном українського надбання та висвітлення в Україні діяльності міжнародних організацій”.

У 2006р. Міністерство реалізувало 13 загальнонаціональних і регіональних проектів на загальну суму 776 838 грн. Серед них – організація та проведення Всеукраїнського конкурсу серед журналістів на кращий опублікований матеріал з тематики НАТО. Опубліковано низку видань, зокрема “Україна-НАТО у запитаннях і відповідях”, буклет “Окремі аспекти відносин Україна-НАТО”, “Вибрані основоположні документи НАТО та Україна-НАТО”, виготовлено фотовиставки з проблематики Україна-НАТО. Фахівці Міністерства розробили проект посібника щодо НАТО для студентів вищих навчальних закладів (надіслано до Міністерства освіти і науки). Було також успішно реалізовано два регіональні інформаційні проекти в Кіровограді та Севастополі, спрямовані на поширення об'єктивної і неупередженої інформації про НАТО.

Серед здобутків 2006-2007рр. я б назвав поширення інформаційної кампанії щодо євроатлантичної інтеграції на радіо та телебаченні України, що є запорукою безпосереднього доступу інформації до якнайширшої аудиторії.

У рамках проекту “Українське радіо - 1” вийшло 48 радіопередач “Євроатлантичний вибір”. І незважаючи на те, що у 2006р. проект фактично завершився, у 2007-2008рр. – вже ініціативно – Національна радіокомпанія України (УР-1) раз на два тижні випускає радіопередачу з євроатлантичної тематики. У 2007р. побачив світ документальний фільм “НАТО: свій чи чужий?”, транслюований спочатку Студією “1+1”, ТРК “Київ”, а потім також – низкою обласних телерадіокомпаній. Нещодавно його транслював також Перший національний телеканал (УТ-1). До речі, на цьому каналі протягом 2006-2007рр. вийшло 48 передач “Територія безпеки” з тематики євроатлантичної інтеграції України, знятих Центральною телерадіостудією Міністерства оборони.

У червні 2007р. ми започаткували проект “НАТО – це не штаб-квартира, це – держави-члени”, який передбачає здійснення ознайомчих візитів журналістів провідних регіональних телекомпаній до країн-членів НАТО двох останніх хвиль розширення, зокрема, Болгарії, Естонії, Литви, Латвії, Польщі, Чехії, Румунії, Словаччини, Словенії та Угорщини. Результатом таких поїздок є вихід на регіональних телеканалах передач, присвячених висвітленню життя у країнах, які нещодавно стали членами Альянсу, що демонструють не лише ставлення політиків, військових, посадовців цих країн до вступу до НАТО, а й думки звичайних громадян.

Хотів би наголосити, що незважаючи на те, що у 2007р. Міністерство знову не отримало фінансування на інформаційну роботу, завдяки ентузіазму та наполегливості його співробітників поки що вдається утримувати інтенсивність цієї роботи на високому рівні. Ми щоденно оновлюємо веб-сторінку “Україна-НАТО” (www.ukraine-nato.gov.ua); керівний склад Міністерства здійснює інформаційні поїздки до регіонів України (близько 200 поїздок за два роки); підготовлені нашими профільними підрозділами інформаційні та аналітичні матеріали про діяльність Альянсу розсилаються більш ніж 300 адресатам, серед яких – органи державної і місцевої влади, вищі навчальні заклади, громадські організації. Дедалі частіше питання НАТО і співпраці України з Альянсом стають темою статей та інтерв'ю керівництва Міністерства провідним українським ЗМІ.

Окремо хотів би зазначити, що останнім часом до роботи з поширення інформації про євроатлантичні прагнення України активно долучилися громадські організації. Останні, за сприяння Міністерства, провели низку семінарів, круглих столів, просвітних курсів, конкурсів, переважно у східних і південно-східних регіонах, зокрема, в Луганській, Херсонській, Донецькій, Миколаївській областях, АР Крим. Найбільшу активність у проведенні таких заходів виявила Громадська ліга Україна-НАТО, Фонд “Демократичні ініціативи”, Інститут Євро-Атлантичного співробітництва, Атлантична рада України, Молодіжний центр Атлантичної Ради України, Асоціація керівників шкіл України, Український освітній центр реформ та інші (105 заходів у 2007р.).

Важливим є те, що значна кількість заходів проводилася спільно з вищими навчальними закладами, а також за участю представників закладів післядипломної освіти, керівників і викладачів середніх загальноосвітніх шкіл, працівників бібліотек, які в силу своєї професійної діяльності є одними з найбільш ефективних розповсюджувачів інформації в суспільстві. До речі, Міністерство на виконання відповідних положень Цільового плану Україна-НАТО на 2007р. вживає заходів з покращення доступу навчальних закладів України до національних та європейських інформаційних ресурсів, зокрема – шляхом залучення можливостей Української науково-освітньої телекомунікаційної мережі “УРАН”, а також створення мережі інформаційних центрів в університетах.

У сфері європейської інтеграції України Міністерство здійснило також значну кількість заходів з інформування населення про історію і перспективи розвитку ЄС,

головні напрями його діяльності, законодавства, функціонування інституцій та розподіл владних повноважень між ними, про актуальні питання порядку денного відносин Україна-ЄС.

Щодо проблем. Фінансування Програми було або відсутнє, або недостатнє. В окремих випадках не забезпечувалася належна координація роботи центральних і місцевих органів виконавчої влади. Не вирішена проблема доступності літератури з європейської тематики для жителів регіонів України. Практично немає перекладів сучасних європейських досліджень з питань права та економіки.

Водночас, незважаючи на недостатність фінансування, все ж вдалося досягти значних результатів її впровадження. На Інтернет-сторінках органів виконавчої влади та державних періодичних видань створено рубрики з питань європейської інтеграції України. На місцях на базі університетів і місцевих бібліотек створені Центри з питань європейської інтеграції, освітні заклади проводять різноманітні конкурси учнівських і студентських робіт у сфері європейської інтеграції.

Важливим інструментом інформаційної роботи, як і в питанні євроатлантичної інтеграції, є загальнонаціональні та місцеві ЗМІ. Практично кожна державна телерадіокомпанія створила теле- або радіопрограму, присвячену питанням європейської інтеграції України. Однак вони мають обмежений часовий формат та ефірне покриття, що є значним недоліком. Водночас, недержавні телерадіоорганізації лише останніми роками почали створювати або закуповувати телепрограми, фільми про історію і культуру країн ЄС.

Міністерство використовує всі наявні засоби для широкомасштабної інформаційної кампанії з європейської інтеграції. Це і регіональні інформаційні поїздки керівництва, і регулярні прес-конференції, брифінги, інтерв'ю, жодне з яких не оминає питання євроінтеграції України. Ми продовжуємо видавати друковані матеріали, наукові праці, в яких, зокрема, роз'яснюється механізм прийняття рішень інституціями ЄС, політика в різних сферах співробітництва, вимоги до країн-кандидатів на вступ до ЄС, переваги розширення ЄС тощо. Успішним є досвід проведення Дня Європи в Україні, а також дні держав-членів ЄС.

– Як Ви в цілому оцінюєте державну інформаційну політику у сфері європейської та євроатлантичної інтеграції?

Питання неоднозначне. З одного боку, у сфері інформування громадськості з питань євроатлантичної інтеграції України зроблено багато. Вище я говорив про діяльність лише Міністерства закордонних справ у цій сфері. А уявіть собі, що не менш наполегливо працювали Держкомтелерадіо, Міністерство оборони, Міністерство освіти і науки, Національний центр з питань євроатлантичної інтеграції... Це з одного боку. З іншого – дані соціологічних опитувань свідчать, що максимальна позначка рівня громадської підтримки ідеї вступу України до НАТО протягом останніх 10 років становила 32% (грудень 2007р., Фонд “Демократичні ініціативи”).

Щодо європейської інтеграції, маю зазначити, що в українському суспільстві існує значний потенціал підтримки європейського вектора зовнішньої політики України. Аналіз соціологічних опитувань за 2007р. свідчить про тенденцію зростання підтримки її євроінтеграційного курсу. Важливо також, що європейську інтеграцію підтримують усі політичні сили в Україні.

– Які конкретно кроки необхідно здійснити для підвищення ефективності інформаційного забезпечення інтеграції України до ЄС і НАТО?

Очевидно, що зусиль лише нашого Міністерства однозначно не досить для відчутних і суттєвих зрушень у цьому напрямку.

Я вже казав, що зовнішньополітичне відомство в межах своїх ресурсів, і людських, і фінансових, залучене до цієї роботи максимально.

У 2008р. ми отримали фінансування за бюджетною програмою “Фінансова підтримка забезпечення міжнародного позитивного іміджу України”, ці кошти будуть використані для виконання інформаційних проєктів, у т.ч. – з тематики євроатлантичної інтеграції. У січні затверджено помісячний План інформаційної роботи Міністерства в галузі євроатлантичної інтеграції на 2008р., який неухильно виконується.

Водночас, “вище голови” Міністерство не підскакує. Очевидно, в державі має бути структура, яка координувала б цю роботу, відповідала б за акумулювання як бюджетних, так і спонсорських коштів, організацію їх раціонального використання та прозоре і зрозуміле людям звітування про використані кошти.

Щодо ЄС, то тут насамперед необхідно продовжити та активізувати нинішню практику інформування громадськості шляхом затвердження нової Державної цільової програми на 2008-2011рр. Водночас, для належного її виконання, на мою думку, необхідно, насамперед, забезпечити належне фінансування заходів, передбачених Програмою, посилити координацію і контроль, запровадити звітування державних органів про співпрацю із ЗМІ у зазначеній сфері, активно залучати громадські організації та проводити загальнонаціональну громадську дискусію щодо вступу України до ЄС. ■

ДОНОСИТИ ІНФОРМАЦІЮ ПРО ЄС ТА НАТО, РОЗ'ЯСНЮВАТИ НАСЛІДКИ ПОГЛИБЛЕННЯ СПІВПРАЦІ З ЦИМИ СТРУКТУРАМИ



Борис ТАРАСЮК,
голова Комітету
Верховної Ради України
з питань європейської інтеграції

– Якими є конкретні здобутки і проблеми у виконанні державних програм інформування населення з питань європейської та євроатлантичної інтеграції України на 2004-2007рр.?

Зміна громадської думки на користь неупередженого ставлення до НАТО – копітка, тривала робота, що вимагає спільних зусиль держави, громадських інституцій і кожного громадянина. Її результатом має стати розуміння Альянсу громадянина не як чужинця та агресора, а як друга і партнера. Вже зараз ми спостерігаємо повільну, але позитивну зміну тенденції підвищення суспільної підтримки курсу на євроатлантичну інтеграцію України. Це свідчить, що ми йдемо вірним шляхом і наша робота дає позитивні результати.

Протягом 2004-2005рр. реалізація Програми інформування з питань європейської інтеграції відбувалася без цільового бюджетного фінансування, тому передбачені нею завдання не виконувалися в повному обсязі. В окремих випадках спостерігалася неналежна координація роботи на центральному і місцевому рівнях, що, в поєднанні з невідповідним фінансуванням, створювало недостатньо ефективні умови для здійснення інформаційно-роз'яснювальної кампанії в регіонах. Починаючи з 2006р., реалізація заходів з виконання Програми фінансувалася за бюджетною програмою “Виконання заходів з питань європейської та євроатлантичної інтеграції в інформаційній сфері”, проте кошти не завжди використовувалися ефективно.



Практично кожна державна телерадіокомпанія створила теле/радіопрограму, присвячену інтеграції України до ЄС. Однак, вони мають обмежений часовий формат та ефірне покриття. Комерційні телерадіокомпанії лише останніми роками почали створювати або закуповувати телепрограми та фільми про історію і культуру країн ЄС та історичну спорідненість народів, що населяють Європу.

Спостерігається позитивна тенденція збільшення обсягів випуску друкованої продукції на європейську тематику. Однак, практично немає перекладів українською класичної і сучасної європейської художньої літератури, сучасних наукових досліджень, зокрема, з актуальних проблем права.

Література з тематики європейської інтеграції є доступною для жителів районних міст переважно завдяки діяльності громадських організацій просвіропейського спрямування або масовим заходам у рамках реалізації Програми. Проблема доступу громадян до друкованої літератури в цілому ще не вирішена. В окремих районних центрах, малих містечках і селах немає книгарень, практично не поповнюються фонди сільських і шкільних бібліотек.

Центральні органи виконавчої влади, на які покладені функції координації євроінтеграційних процесів, проводять недостатню методологічну та координаційну роботу, особливо на регіональному рівні, а це призводить до браку якісної, достовірної та цікавої інформації, що поширюється регіональними ЗМІ.

– Як Ви в цілому оцінюєте державну інформаційну політику у сфері європейської та євроатлантичної інтеграції?

Громадська думка щодо НАТО почала формуватися в Україні ще за радянських часів, коли Альянс розглядався не інакше як “агресивний імперіалістичний” військовий блок. За часів глобального протистояння весь державний механізм Радянського Союзу працював на те, щоб створити з НАТО образ ворога в масовій свідомості. Цей процес тривав кілька десятиліть і саме він заклав фундамент, на якому сьогодні формується ставлення громадян України до Альянсу.

Можна сказати так: державна інформаційна кампанія з підвищення рівня обізнаності та підтримки з боку громадян європейського та євроатлантичного курсу здійснювалася, але цілеспрямованої державної політики в цьому напрямі не було.

Протягом 2004-2007рр. центральні і місцеві органи виконавчої влади були зобов’язані інформувати українське суспільство про стан і перспективи співробітництва України з НАТО в рамках виконання Програми інформування з питань євроатлантичної інтеграції. Аналіз результатів соціологічних опитувань за останні роки свідчить про тенденцію зростання рівня поінформованості українців про НАТО.

З іншого боку, так і не вдалося подолати негативні наслідки антинатовської пропаганди радянських часів, яка в незалежній Україні стала складовою частиною спекуляцій певних політичних сил та активно використовується під час виборчих баталій.

Аналіз виконання Програми інформування з питань європейської інтеграції свідчить про те, що суспільство позитивно сприймає інформацію про співробітництво України з ЄС, і варто продовжити роз’яснювальну роботу. Потребує уваги питання представництва центральних і місцевих органів виконавчої влади, громадських організацій в діяльності міжнародних організацій та роботі конференцій. Необхідно ширше висвітлювати актуальні питання співробітництва

між Україною та ЄС у зовнішньоекономічній сфері, в питаннях міграції і біженців, також – покращувати співпрацю в галузі освіти.

Пріоритетність курсу європейської інтеграції, визначена Президентом, вимагає відповідної суспільної підтримки, що досягається шляхом формування комунікативних ланок “влада-громадськість” та забезпечення агітаційно-інформаційної загально- національної кампанії. Також потребують необхідного фінансування заходи з підготовки та підвищення кваліфікації фахівців у сфері європейської та євроатлантичної інтеграції.

– Які конкретно кроки необхідно здійснити для підвищення ефективності інформаційного забезпечення інтеграції України до ЄС і НАТО?

Для того, щоб інформаційне забезпечення європейської і євроатлантичної інтеграції України було плідним та ефективним, воно повинно відповідати принципам науковості, системності та диференційованості.

Науковість передбачає очищення інформації від стереотипів, застарілих міфів, популістських гасел, аналіз негативних і позитивних наслідків від європейської та євроатлантичної інтеграції для України. Необхідно спиратися на реальні факти і процеси, об’єктивно оцінюючи історичне минуле України та перспективи розвитку її відносин з країнами регіону, наголошувати на національних інтересах України.

Системність означає цілісність як інформаційних структур, що діють за єдиним планом і цілями, так і змістовну послідовність та єдність інформаційного матеріалу.

Диференційованість передбачає врахування професійних, етнічних, вікових, конфесійних та інших особливостей соціальних груп, на які спрямовано інформаційний вплив. Тобто, для кожної групи необхідно підбирати такі інформаційні матеріали, які поряд із загальною поінформованістю викликали б особливий інтерес. Такий підхід забезпечить єдність загальносуспільних, групових та особистих інтересів громадян у питаннях європейської і євроатлантичної інтеграції.

Зважаючи на те, що соціальну базу підтримки євроатлантичної інтеграції складає молодь, якій вдалося уникнути стереотипів ворожого ставлення до Альянсу, Уряду в його інформаційній політиці необхідно насамперед звертати увагу саме на молодь і людей середнього віку. Передумовою для витіснення із суспільної свідомості негативних стереотипів минулого має стати використання досвіду відповідних кампаній у країнах Центральної і Східної Європи та Балтії, які сьогодні є членами Альянсу.

Водночас існує нагальна потреба в удосконаленні механізмів фінансового забезпечення виконання державних програм інформування. Для належної законодавчої підтримки курсу на вступ України в НАТО та ЄС, потрібно посилити взаємодію органів виконавчої влади з Парламентом.

Головне завдання інформаційного забезпечення європейської та євроатлантичної інтеграції полягає в тому, щоб не лише донести до аудиторії інформацію про ЄС та НАТО, але й адекватно, обґрунтовано розкрити наслідки для України поглиблення рівня її співпраці з Євросоюзом та Альянсом.

Така робота може бути успішною винятково за умов наявності політичної волі, активного залучення неурядових організацій і проведення державою прозорих та доступних процедур виділення бюджетних коштів, які б використовувалися за прямим призначенням – для проведення ефективних інформаційних кампаній. ■

ДЕРЖАВНА ІНФОРМАЦІЙНА ПОЛІТИКА У СФЕРІ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ТА ЄВРОАТЛАНТИЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ: ОЦІНКИ ЕКСПЕРТІВ

Аналізуючи стан виконання державних програм з інформування громадськості з питань європейської та євроатлантичної інтеграції України, Центр Разумкова звернувся також до вивчення експертних позицій з цього питання. Експертне опитування проведено в січні-лютому 2008р.¹

Під час опитування експерти характеризували рівень виконання програм та їх окремих пунктів, роботу відповідних міністерств і відомств, оцінювали в цілому державну інформаційну політику на європейському та євроатлантичному напрямках, а також – визначали чинники, що заважають підвищенню інформованості громадян про ЄС і НАТО.

Окремі оцінки порівнюються з результатами попередніх експертних опитувань, проведених Центром Разумкова у 2006-2007рр. Відповіді експертів узагальнені в таблицях і діаграмах та супроводжуються стислими коментарями.

Загалом, аналіз результатів експертних опитувань дає підстави для наступних висновків.

1. В експертному середовищі домінує впевненість у тому, що набуття повноправного членства в ЄС та приєднання до НАТО відповідає національним інтересам України. Отже, серед фахівців курс на європейську та євроатлантичну інтеграцію має стабільну підтримку.

2. Експерти досить критично оцінюють якість забезпечення виконання програм. Найчастіше відзначається брак фінансового та кадрового забезпечення, координації дій органів виконавчої влади, а також – неврахування специфіки суспільного запиту на інформацію. Більш негативно, ніж виконання програми інформування про ЄС, експерти оцінили забезпечення програми інформування на євроатлантичному напрямі.

3. Експерти переважно скептично оцінюють перебіг виконання окремих пунктів програм. Зокрема: рівень ефективності публічних заходів; виконання завдання стосовно випуску науково-публіцистичної та рекламної друкованої продукції. Водночас, вони переконані, що незадовільно використовуються можливості національного телебачення та радіомовлення, а також – потенціал громадських організацій. Загалом, помітно гіршими є оцінки перебігу виконання програми інформування з питань інтеграції країни до НАТО. Не дивно, що більшість експертів вважають, що ці програми виконуються або частково, або не виконуються взагалі. Жоден з опитаних не відповів, що документи виконуються повністю.

4. Головними перешкодами ефективної реалізації державної інформаційної політики на європейському напрямі експерти вважають насамперед формальний підхід міністерств і відомств, нескоординованість їх дій, брак кадрового та фінансового забезпечення. Тобто головними є переважно організаційні і ресурсні проблеми.

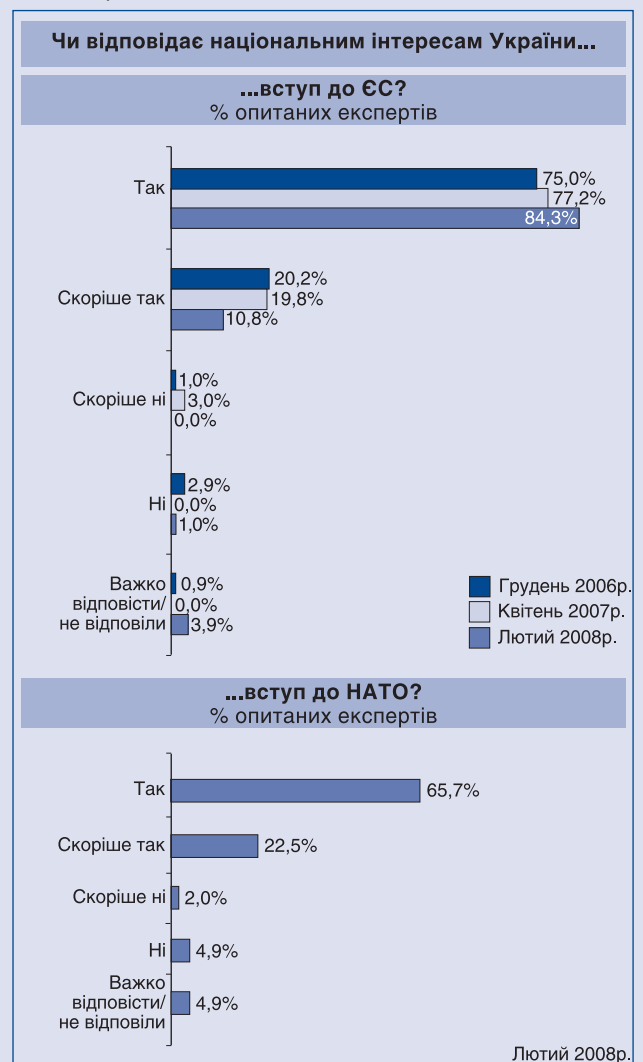
Однак, стосовно інформування про НАТО, експерти висловлюють інші позиції – головною перешкодою визначається відсутність консенсусу всередині державно-політичної еліти. Наступний негативний фактор – заформалізованість інформаційної політики, нескоординованість дій органів влади. А третю позицію посідає зовнішній чинник – вплив з боку Росії, яка активно виступає проти подальшого розширення НАТО.

5. Загальна характеристика державної інформаційної політики у сфері європейської та євроатлантичної інтеграції є негативною, помітно гіршою – на євроатлантичному напрямі.

Відповідність набуття членства в ЄС і НАТО національним інтересам України

Дані досліджень 2006-2008рр. свідчать про те, що експерти, на відміну від громадян (які дещо стриманіше ставляться до вступу України до ЄС та переважно негативно до НАТО²), впевнені в тому, що приєднання України до цих міжнародних структур відповідає її національним інтересам. За результатами дослідження 2008р., стосовно ЄС таку впевненість висловили абсолютна більшість (95,1%) експертів (84,3% – повністю згодні, 10,8% – скоріше згодні), стосовно Альянсу – переважна більшість (88,2%) (65,7% і 22,5%, відповідно) (діаграми "Чи відповідає національним інтересам України...?").

Доречно зазначити, що число експертів, які однозначно підтримують вступ до ЄС, порівняно з попереднім періодом, помітно зросло.



Однак слід пам'ятати також, що для забезпечення успіху інтеграційних процесів необхідна їх широка суспільна підтримка, на формування якої саме і спрямовані державні програми інформування громадськості.

¹ Експертне опитування проведено 24 січня - 12 лютого 2008р. Опитано 102 експерти – представники центральних органів виконавчої і законодавчої влади, державних та неурядових дослідницьких структур у Києві та в регіонах України, журналісти. Результати попередніх експертних опитувань див.: Альтернативні моделі забезпечення національної безпеки України: оцінки експертів. – Національна безпека і оборона, 2006, №9, с.42-46. Європейська інтеграція України: оцінки експертів. – Національна безпека і оборона, 2007, №5, с.41-50.

² За результатами загальнонаціонального опитування, проведеного 31 січня - 5 лютого 2008р., 50,9% громадян вважають, що Україні потрібно вступити до ЄС, майже третина (29,2%) – дотримуються протилежної думки. Тут і далі – посилання на результати загальнонаціональних досліджень Центру Разумкова, вміщені в цьому журналі.

Забезпечення реалізації державних програм інформування громадськості

Експертам було запропоновано оцінити різні аспекти виконання Державної програми інформування громадськості з питань європейської інтеграції України (далі – Програма-ЄС) та Державної програми інформування громадськості з питань євроатлантичної інтеграції України (далі – Програма-НАТО).

За експертними оцінками, забезпечення виконання обох програм було незадовільним, причому Програми-НАТО – гіршим, ніж Програми-ЄС. Як видно з діаграм "Оцінки якості забезпечення реалізації...", оцінки експертів стосовно Програми-ЄС коливаються в межах 1,9-2,4 бала, Програми-НАТО – 1,8-2,3. Тобто, можна констатувати, що для ефективного інформаційного забезпечення європейської і євроатлантичної інтеграції влада не сформувала належних умов: за всіма наведеними напрямками дії державних структур були, на думку експертів, незадовільними.

Оцінки якості забезпечення реалізації Державної програми інформування громадськості з питань європейської інтеграції України на 2004-2007рр. за наведеними параметрами, середній бал*



* За п'ятибальною шкалою, де "1" – "найнижча оцінка якості забезпечення реалізації", а "5" – "найвища оцінка якості забезпечення реалізації".

% опитаних експертів*

	1	2	3	4	5	Важко відповісти
Забезпечення громадського моніторингу виконання Програми	26,5	18,6	23,5	14,7	3,9	12,8
Інституційне (організаційне) забезпечення реалізації Програми	24,5	26,5	31,4	6,9	2,9	7,8
Забезпечення відкритості, прозорості реалізації Програми	23,5	31,4	23,5	9,8	3,9	7,9
Кадрове забезпечення	23,5	41,2	21,6	5,9	0,0	7,8
Фінансове забезпечення	23,5	40,2	21,6	3,9	0,0	10,8
Послідовність, системність надання інформації, її повнота, об'єктивність і зрозумілість для громадян	27,5	41,2	21,6	2,0	2,9	4,8
Визначення та врахування специфіки суспільного запиту на інформацію про європейську інтеграцію	31,4	36,3	18,6	6,9	0,0	6,8
Скоординованість дій органів виконавчої влади	33,3	40,2	14,7	4,9	0,0	6,9

* За п'ятибальною шкалою, де "1" – "найнижча оцінка якості забезпечення реалізації", а "5" – "найвища оцінка якості забезпечення реалізації".

2008р.

Оцінки якості забезпечення реалізації Державної програми інформування громадськості з питань євроатлантичної інтеграції України на 2004-2007рр. за наведеними параметрами, середній бал*



2008р.

* За п'ятибальною шкалою, де "1" – "найнижча оцінка якості забезпечення реалізації", а "5" – "найвища оцінка якості забезпечення реалізації".

% опитаних експертів*

	1	2	3	4	5	Важко відповісти
Забезпечення громадського моніторингу виконання Програми	22,5	32,4	16,7	9,8	3,9	14,7
Інституційне (організаційне) забезпечення реалізації Програми	27,5	34,3	25,5	5,9	0,0	6,8
Забезпечення відкритості, прозорості реалізації Програми	30,4	35,3	15,7	9,8	0,0	8,8
Кадрове забезпечення	33,3	35,3	19,6	4,9	0,0	6,9
Фінансове забезпечення	35,3	28,4	16,7	6,9	0,0	12,7
Скоординованість дій органів виконавчої влади	37,3	39,2	9,8	5,9	1,0	6,8
Визначення та врахування специфіки суспільного запиту на інформацію про євроатлантичну інтеграцію	33,3	38,2	13,7	3,9	1,0	9,9
Послідовність, системність надання інформації, її повнота, об'єктивність і зрозумілість для громадян	41,2	34,3	17,6	2,0	0,0	4,9

* За п'ятибальною шкалою, де "1" – "найнижча оцінка якості забезпечення реалізації", а "5" – "найвища оцінка якості забезпечення реалізації".

2008р.

Найнижчі оцінки отримали такі складові забезпечення реалізації програм.

- Програми-ЄС: визначення і врахування суспільного запиту на інформацію (2,0), скоординованість дій виконавчої влади (1,9);
- Програми-НАТО: фінансове забезпечення, скоординованість дій виконавчої влади, визначення і врахування суспільного запиту на інформацію (по 1,9 бала), послідовність, системність надання інформації, її повнота і зрозумілість для громадян (1,8).

Такі оцінки кореспондуються з результатами експертних опитувань 2006-2007рр., під час яких абсолютна більшість експертів зазначили, зокрема, що політика євроінтеграції не є зрозумілою для українського суспільства³. Водночас, моніторинг громадської думки свідчить про те, що більшість

³ Негативно або скоріше негативно оцінили зрозумілість політики євроінтеграції для українського суспільства у квітні 2007р. – 81,2% експертів, у грудні 2006р. – 80,8%. Див.: Європейська інтеграція України: оцінки експертів. – Національна безпека і оборона, 2007, №5, с.50.

жителів країни відчувають гострий дефіцит інформації про ЄС. Однак, судячи з динаміки оцінок, ситуація в цій сфері не зазнала змін на краще.

Ефективність виконання окремих заходів і програм у цілому

Рівень ефективності виконання заходів обох програм експерти оцінюють досить стримано, причому, заходів Програми-НАТО – помітно гірше.

Середнім балом, вищим від “трійки”, оцінена ефективність лише двох заходів Програми-ЄС: проведення Дня Європи та днів держав-членів ЄС (3,5 бала) і проведення публічних акцій за участю громадськості (3,1). Ефективність усіх інших заходів цієї програми та всіх заходів Програми-НАТО експерти оцінили середнім балом, нижчим від “задовільно” (таблиці “Оцінки ефективності виконання окремих заходів...”, с.8).

Привертають увагу низькі оцінки ефективності заходів із залученням найбільш потужних каналів інформаційного впливу, насамперед, телебачення. Так, ефективність створення і трансляції в теле- і радіо ефірі відповідних програм, присвячених ЄС, дістала оцінку у 2,4 бала, присвячених євроатлантичній тематиці – 2,1.

Отже, можна стверджувати, що на думку експертів, головні, найбільш впливові канали інформування громадян у виконанні зазначених програм використовуються непродуктивно.

Загальні експертні оцінки виконання програм у цілому є незадовільними: виконання Програми-ЄС оцінено середнім балом 2,4; Програми-НАТО – 2,1.

Водночас, слід зауважити, що порівняно з попередніми експертними опитуваннями (з 57,7% у 2006р. до 67,6% у 2008р.) зросло число експертів, які відзначають “часткове виконання” Програми-ЄС, та відповідно – зменшилося (з 37,5% до 25,5%) число тих, хто вважає, що ця програма не виконується зовсім (діаграми “Рівень виконання Державної програми...”, с.8). Проте, привертає увагу, що жоден з експертів, на відміну від попередніх опитувань, не обрав відповідь “Програма виконується повністю”.

Що ж стосується Програми-НАТО, то експерти майже одностайно зазначили, що Програма або виконується частково (48%), або не виконується зовсім (46,1%). Як і в попередньому випадку, жоден з експертів не обрав відповідь “Програма виконується повністю”.

Оцінки ефективності виконання окремих заходів Державної програми інформування громадськості з питань європейської інтеграції України на 2004-2007рр. та Програми в цілому, % опитаних експертів

	Середній бал*	1	2	3	4	5	Важко відповісти/ не відповіли	Мені про це невідомо
Проведення Дня Європи та днів держав-членів ЄС	3,5	3,9	11,8	31,4	30,4	16,7	3,8	2,0
Проведення за участю громадськості конференцій, семінарів, круглих столів та інших публічних заходів з питань співробітництва між Україною та ЄС	3,1	4,9	23,5	37,3	20,6	8,8	3,9	1,0
Проведення прес-конференцій, зустрічей керівників органів виконавчої влади з представниками ЗМІ, оприлюднення прес-релізів тощо	2,9	6,9	27,5	32,4	21,6	2,9	5,8	2,9
Проведення серед учнівської молоді конкурсів, конференцій, вікторин з питань співробітництва між Україною та ЄС	2,9	6,9	17,6	25,5	12,7	4,9	10,8	21,6
Здійснення заходів з метою залучення України до співробітництва в рамках програм ЄС у сферах освіти, науки, культури та інформації	2,9	2,9	25,5	37,3	22,5	1,0	8,8	2,0
Здійснення заходів із залучення міжнародної технічної допомоги, в т.ч. ЄС та його держав-членів, для виконання Програми	2,9	5,9	15,7	45,1	15,7	5,9	2,9	8,8
Залучення до реалізації заходів з виконання цієї Програми громадських організацій	2,9	11,8	17,6	30,4	20,6	6,9	8,8	3,9
Створення спеціальних рубрик для висвітлення питань європейської інтеграції на веб-сторінках органів виконавчої влади та регулярне оновлення інформації на них	2,8	10,8	27,5	27,5	27,5	2,9	3,8	0,0
Видання брошур, довідників, наукових, публіцистичних та інших праць, присвячених ЄС, питанням співробітництва між Україною та ЄС тощо	2,7	7,8	30,4	37,3	18,6	1,0	2,9	2,0
Запровадження у зміст загальної середньої освіти питань, пов'язаних зі створенням і діяльністю ЄС, європейською інтеграцією України	2,6	11,8	15,7	17,6	9,8	3,9	14,7	26,5
Створення інформаційних центрів з питань європейської інтеграції та відкриття в містах інформаційних куточків Європи із забезпеченням регулярного оновлення розміщеної в них інформації	2,5	14,7	32,4	20,6	12,7	3,9	6,9	8,8
Організація в теле- та радіоэфірі: трансляції теле- і радіопрограм ЄС (“Євроновини”, “Євроспорт” тощо); телевізійних дебатів, круглих столів, дискусій з проблем європейської інтеграції; телемостів; циклу передач з окремих питань співробітництва між Україною та ЄС; розважальних передач, телевікторин	2,4	18,6	36,3	20,6	15,7	2,0	3,9	2,9
Виконання Державної програми інформування громадськості з питань європейської інтеграції України на 2004-2007рр. у цілому	2,4	13,7	35,3	37,3	6,9	3,9	0,9	2,0
Виготовлення рекламної продукції (плакатів, листівок, календарів тощо)	2,2	22,5	37,3	19,6	8,8	2,0	4,9	4,9
Здійснення заходів із запровадження в регіональних друкованих ЗМІ спеціальної рубрики “Європейський Союз”, опублікування в ній матеріалів про політичне, соціально-економічне, культурне життя в державах-членах ЄС	2,2	17,6	31,4	15,7	8,8	0,0	9,8	16,7

* За п'ятибальною шкалою, де “1” – “найнижча оцінка ефективності виконання заходів”, а “5” – “найвища оцінка ефективності виконання заходів”.

2008р.

Оцінки ефективності виконання окремих заходів Державної програми інформування громадськості з питань євроатлантичної інтеграції України на 2004-2007рр. та Програми в цілому, % опитаних експертів

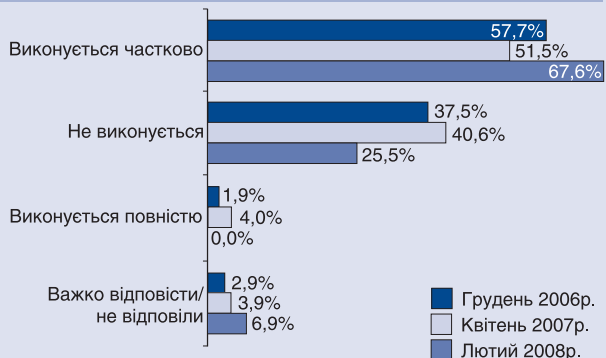
	Середній бал*	1	2	3	4	5	Важко відповісти/не відповіли	Мені про це невідомо
Проведення круглих столів з актуальних питань євроатлантичної інтеграції України за участю вітчизняних і зарубіжних політиків, експертів, представників громадських організацій та ЗМІ, викладачів і студентів вищих навчальних закладів	2,9	6,9	20,6	42,2	20,6	3,9	3,8	2,0
Залучення до реалізації заходів із виконання цієї Програми громадських організацій	2,8	13,7	23,5	29,4	15,7	7,8	6,0	3,9
Організація та проведення прес-конференцій, брифінгів тощо з питань співробітництва України з НАТО	2,7	9,8	19,6	53,9	8,8	2,9	4,0	1,0
Вжиття заходів щодо залучення міжнародної технічної допомоги, в т.ч. НАТО та його держав-членів, для виконання Програми	2,6	13,7	23,5	37,3	10,8	1,0	5,9	7,8
Створення та постійне оновлення рубрик щодо висвітлення євроатлантичної інтеграції України на веб-сторінках центральних органів виконавчої влади	2,5	16,7	27,5	33,3	11,8	2,9	4,9	2,9
Забезпечення інформування громадськості про рішення органів державної влади з питань євроатлантичної інтеграції України через ЗМІ	2,4	14,7	42,2	25,5	13,7	0,0	1,9	2,0
Видання брошур з актуальних питань євроатлантичної інтеграції України	2,4	11,8	40,2	22,5	7,8	1,0	7,9	8,8
Підготовка, видання та оновлення навчально-методичних матеріалів з питань євроатлантичної інтеграції України для загальноосвітніх та вищих навчальних закладів	2,2	17,6	25,5	12,7	4,9	2,0	8,9	28,4
Запровадження у вищих навчальних закладах вивчення євроатлантичних інтеграційних процесів і курсу України на євроатлантичну інтеграцію	2,2	16,7	30,4	19,6	3,9	0,0	8,8	20,6
Організація висвітлення діяльності НАТО, переваг членства в цій організації, стану та перспектив співробітництва України з НАТО	2,1	24,5	44,1	21,6	4,9	0,0	2,0	2,9
Створення та демонстрація на телеканалах інформаційних програм, присвячених діяльності НАТО та його держав-членів, стану та перспективам співробітництва України з цією організацією	2,1	25,5	43,1	20,6	4,9	0,0	3,9	2,0
Виконання Державної програми інформування громадськості з питань євроатлантичної інтеграції України на 2004-2007рр. у цілому	2,1	16,7	54,9	16,7	4,9	0,0	3,9	2,9
Запровадження у зміст загальної середньої освіти питань, пов'язаних зі створенням і діяльністю НАТО, євроатлантичною інтеграцією України	2,0	22,5	23,5	11,8	1,0	2,9	7,9	30,4
Організація підготовки з питань євроатлантичної інтеграції України вчителів і викладачів навчальних закладів України	1,9	21,6	29,4	10,8	2,0	1,0	8,7	26,5

* За п'ятибальною шкалою, де "1" – "найнижча оцінка ефективності виконання заходів", а "5" – "найвища оцінка ефективності виконання заходів".

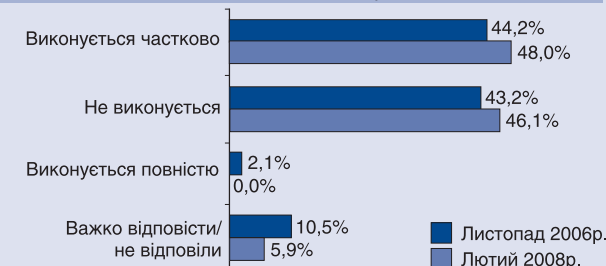
2008р.

Рівень виконання Державної програми інформування громадськості з питань...

...європейської інтеграції України на 2004-2007рр., % опитаних експертів



...євроатлантичної інтеграції України на 2004-2007рр., % опитаних експертів



Оцінки ефективності дій урядових структур з виконання програм

Оцінки експертами діяльності профільних міністерств і відомств не можна вважати задовільними.

У виконанні Програми-ЄС найвищий бал (3,5) отримало МЗС. Це можна пояснити різними причинами, зокрема тим, що в зовнішньополітичній інформаційній тематиці саме це відомство відіграє провідну роль, забезпечує переговорний процес з ЄС, що відбивається в інформаційних повідомленнях. Водночас, представники МЗС беруть активну участь у різноманітних конференціях, круглих столах, брифінгах у центрі і в регіонах. Середні оцінки дій решти державних структур не перевищують 2,7 бала (діаграми "Оцінка ефективності виконання...", с.40).

Що стосується Програми-НАТО, то найкращі оцінки її виконання дістали Міністерство оборони (3,6) та МЗС (3,4). Можна припустити, що діяльність цих відомств була більш активною і помітною. Вони за профілем діяльності забезпечували розвиток контактів з НАТО, створювали інформаційні приводи, брали участь у професійному публічному обговоренні проблем співробітництва України з Альянсом. У цих відомствах працюють найбільш обізнані та компетентні в питаннях НАТО фахівці. Але слід зазначити, що середні оцінки дій решти державних структур не перевищують позначки 2,1 бала.

Привертає увагу та обставина, що експерти найгірше оцінили діяльність Держкомтелерадіо – головного координатора та виконавця програми. Стосовно Програми-ЄС ефективність його діяльності оцінена у 2,2 бала, Програми-НАТО – 2 бала.

Оцінка ефективності виконання різними урядовими структурами Державної програми інформування громадськості з питань...

...європейської інтеграції України на 2004-2007рр., середній бал*



* За п'ятибальною шкалою, де "1" – "найнижча оцінка ефективності виконання", а "5" – "найвища оцінка ефективності виконання".

% опитаних експертів*

	1	2	3	4	5	Важко відповісти
Міністерство закордонних справ	2,9	7,8	30,4	38,2	11,8	8,9
Міністерство економіки	9,8	23,5	31,4	11,8	4,9	18,6
Міністерство юстиції	10,8	24,5	22,5	10,8	4,9	26,5
Міністерство освіти і науки	10,8	32,4	30,4	6,9	2,9	16,6
Міністерство культури і туризму України	22,5	25,5	22,5	6,9	0,0	22,6
Державний комітет телебачення і радіомовлення	22,5	35,3	21,6	6,9	2,9	10,8

* За п'ятибальною шкалою, де "1" – "найнижча оцінка ефективності виконання", а "5" – "найвища оцінка ефективності виконання".

2008р.

...євроатлантичної інтеграції України на 2004-2007рр., середній бал*



* За п'ятибальною шкалою, де "1" – "найнижча оцінка ефективності", а "5" – "найвища оцінка ефективності".

2008р.

% опитаних експертів*

	1	2	3	4	5	Важко відповісти
Міністерство оборони	2,9	9,8	24,5	40,2	12,7	9,9
Міністерство закордонних справ	6,9	11,8	23,5	42,2	11,8	3,8
Міністерство освіти і науки	24,5	32,4	17,6	6,9	0,0	18,6
Міністерство економіки	26,5	32,4	16,7	3,9	1,0	19,5
Державний комітет телебачення і радіомовлення	36,3	29,4	15,7	8,8	0,0	9,8

* За п'ятибальною шкалою, де "1" – "найнижча оцінка ефективності", а "5" – "найвища оцінка ефективності".

2008р.

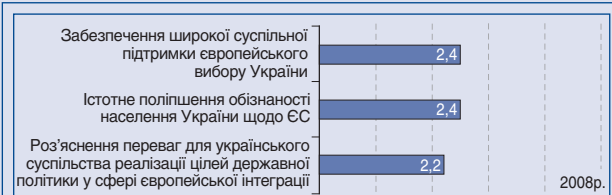
Досягнення цілей програм

З наведеними вище оцінками цілком кореспондуються позиції експертів стосовно досягнення цілей програм. На їх думку, не повною мірою вдалося покращити поінформованість громадян України щодо ЄС (2,4 бала), забезпечити широку суспільну підтримку європейського вибору України (2,4). Дещо гірше (2,2) оцінена ефективність роз'яснення переваг для українського суспільства реалізації цілей державної політики у сфері європейської інтеграції (діаграми "Досягнення цілей, визначених...").

Так само, на думку експертів, не вдалося забезпечити суспільну підтримку державної політики євроатлантичної інтеграції (1,7 бала) та підвищити відповідний рівень інформованості громадян, зокрема – молоді (2,2). Дещо вище (2,5 бала) оцінено рівень залучення громадян, громадських і політичних діячів України, представників НАТО до обговорення актуальних питань, пов'язаних з Альянсом. Дійсно, в суспільстві триває дискусія довкола співробітництва України з НАТО, але вона має кон'юнктурний, заполітизований характер, переважно інспірується противниками Альянсу під час електоральних кампаній і відбувається поза рамками Програми.

Очевидно, що повне досягнення визначених програмами цілей є ідеальним варіантом і малоімовірним у реальних умовах. Але, як виявилось, результати інформаційної діяльності влади, спрямовані на їх досягнення є надто малоефективними.

Досягнення цілей, визначених у Державній програмі інформування громадськості з питань європейської інтеграції України на 2004-2007рр., середній бал*



* За п'ятибальною шкалою, де "1" – "найнижча оцінка досягнення цілей", а "5" – "найвища оцінка досягнення цілей".

2008р.

% опитаних експертів*

	1	2	3	4	5	Важко відповісти
Забезпечення широкої суспільної підтримки європейського вибору України	19,6	35,3	31,4	4,9	3,9	4,9
Істотне поліпшення обізнаності населення України щодо ЄС	15,7	44,1	31,4	3,9	3,9	1,0
Роз'яснення переваг для українського суспільства реалізації цілей державної політики у сфері європейської інтеграції	18,6	47,1	23,5	7,8	1,0	2,0

* За п'ятибальною шкалою, де "1" – "найнижча оцінка досягнення цілей", а "5" – "найвища оцінка досягнення цілей".

2008р.

Фактори, що заважають ефективній реалізації державної інформаційної політики у сферах європейської і євроатлантичної інтеграції

Головною проблемою виконання Програми-ЄС більшість експертів вважають формальний підхід до нього з боку міністерств і відомств, низький рівень координації їх дій (82,4%). Наступними проблемами є брак кадрового та фінансового забезпечення (відповідно 55,9% і 35,3%). Значна частина опитаних експертів переконані також у тому, що ефективність державної інформаційної політики в сфері євроінтеграції знижується невизначеністю перспектив вступу України до ЄС (діаграми "Що заважає ефективній реалізації...?").

Досягнення цілей, визначених у Державній програмі інформування громадськості з питань євроатлантичної інтеграції України на 2004-2007рр., середній бал*



* За п'ятибальною шкалою, де "1" – "найнижчий рівень досягнення цілей", а "5" – "найвищий рівень досягнення цілей".

% опитаних експертів*						
	1	2	3	4	5	Важко відповісти
Залучення громадян, громадських і політичних діячів України, представників НАТО та держав-членів НАТО до обговорення актуальних питань, напрямів, організаційних форм співробітництва України з НАТО	19,6	28,4	35,3	6,9	4,9	4,9
Підвищення рівня обізнаності молоді щодо євроатлантичної інтеграції України	27,5	33,3	24,5	8,8	2,9	3,0
Підвищення рівня інформованості громадян України про євроатлантичні інтеграційні процеси, НАТО та його розвиток	38,2	41,2	14,7	3,9	0,0	2,0
Забезпечення підтримки державної політики євроатлантичної інтеграції громадянами України	40,2	46,1	5,9	2,9	1,0	3,9

* За п'ятибальною шкалою, де "1" – "найнижчий рівень досягнення цілей", а "5" – "найвищий рівень досягнення цілей".

2008р.

Що стосується виконання Програми-НАТО, то експерти найчастіше відзначають негативний фактор відсутності консенсусу державно-політичної еліти стосовно інтеграції України до Альянсу (75,5%). Зрозуміло, що за таких умов марно очікувати на продуктивне виконання цього документа.

Друге місце зі значним відривом посідає формальний підхід з боку міністерств і відомств до реалізації Програми, неkoordinованість їх діяльності. Це значною мірою є наслідком розколу в державно-політичній еліті, що по суті, унеможливорює єдність дій влади на євроатлантичному напрямі.

Третє місце експерти відводять зовнішньому фактору – впливу з боку Росії, яка активно виступає проти подальшого розширення НАТО.

На цьому фоні дещо відступають на другий план такі стримуючі фактори, як брак кадрового та фінансового забезпечення, розбіжності геополітичних орієнтацій регіонів України, нехтування досвідом проведення аналогічних інформаційних кампаній в країнах – нових членах НАТО. Очевидно, що будь-які кадрові та фінансові "вливання" не матимуть бажаного ефекту, якщо серед національної еліти не буде стабільного консенсусу навколо проголошеного керівництвом країни курсу на приєднання до євроатлантичної системи безпеки.

Що заважає ефективній реалізації державної інформаційної політики у сфері...

...європейської інтеграції?*

% опитаних експертів



2008р.

* Експертам пропонувалося відзначити не більше трьох прийнятних варіантів відповіді.

...євроатлантичної інтеграції?*

% опитаних експертів



2008р.

* Експертам пропонувалося відзначити не більше трьох прийнятних варіантів відповіді.

Оцінка державної інформаційної політики у сфері...

...європейської інтеграції,

% опитаних експертів



2008р.

...євроатлантичної інтеграції,

% опитаних експертів



2008р.

Оцінка державної інформаційної політики у сфері європейської і євроатлантичної інтеграції

Інтегральним показником позицій експертів може слугувати їх загальні оцінки державної інформаційної політики на європейському та євроатлантичному напрямках. Ці оцінки є досить критичними.

Більшість (70,6%) експертів негативно характеризують рівень інформаційного забезпечення євроінтеграційного процесу: 15,7% – однозначно негативно; 54,9% – скоріше негативно. Лише близько чверті (23,5%) респондентів обрали позитивні варіанти відповіді (діаграми "Оцінка державної інформаційної політики...").

Так само критичною є експертна оцінка інформаційної політики у сфері євроатлантичної інтеграції. Негативно характеризують її майже абсолютна більшість (85,3%) експертів: майже третина (30,4%) – однозначно негативно, понад половина (54,9%) – скоріше негативно. Лише 11,8% – дотримуються протилежної думки. ■

ІНФОРМАЦІЙНА СКЛАДОВА ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ТА ЄВРОАТЛАНТИЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ: ГРОМАДСЬКА ДУМКА

Не потребує доведення той факт, що ефективна реалізація курсу на приєднання до ЄС та інтеграції до НАТО неможлива без його широкої і стабільної підтримки громадянами України.

Зрозуміло, що головним аргументом у забезпеченні такої підтримки є практичні результати співробітництва країни з ЄС і НАТО, відчутні позитивні зміни в житті громадян, зміцнення безпеки та обороноздатності держави. Але очевидно й те, що проблеми, здобутки та перспективи інтеграції до ЄС і НАТО мають бути предметом широкого, деполітизованого обговорення серед громадськості. Влада (в т.ч. в рамках відповідних інформаційних кампаній) має докласти зусиль для покращення обізнаності громадян у питаннях європейської та євроатлантичної інтеграції, роз'яснення її переваг для українського суспільства.

З метою оцінки ефективності державної інформаційної політики у сфері європейської та євроатлантичної інтеграції Центр Разумкова провів спеціальне соціологічне дослідження, узагальнені результати якого наводяться нижче¹.

Дані згаданого дослідження та їх порівняння з окремими результатами, отриманими під час попередніх аналогічних досліджень 2000-2007рр. дають підстави для наступних спостережень і висновків.

Перше. Громадяни вважають співробітництво з ЄС одним із головних напрямів зовнішньої політики держави, позитивно ставляться до розвитку взаємних контактів, відносна більшість – переконані в необхідності приєднання України до ЄС. Стосовно НАТО оцінки є помітно гіршими – переважає насторожене ставлення до Альянсу, критично оцінюються перспективи розвитку контактів України з цією структурою.

Друге. Громадська думка про стан і перспективи європейської та євроатлантичної інтеграції має виразну регіональну специфіку. Зокрема, помітно відрізняються позиції респондентів, з одного боку, Заходу країни, з іншого – Півдня і Сходу стосовно вступу України до ЄС та приєднання до Альянсу. Такий "регіональний вододіл" спричинений багатьма факторами, в т.ч. різноспрямованою традиційною соціокультурною орієнтацією регіонів на Схід (РФ) і Захід (ЄС), впливом виборчих кампаній 2004-2007рр., під час яких певні політичні сили виступали під анти-західними гаслами.

Третє. Результати опитування засвідчили (за самооцінками) низький рівень поінформованості громадян про ЄС і НАТО.

Більшість опитаних відзначають дефіцит повної, детальної інформації про ці організації. Зокрема, респонденти мають дуже слабе уявлення про стан співробітництва з НАТО, допомогу Україні з боку Альянсу, про механізми прийняття рішень у НАТО, умови участі країн у військових операціях тощо. За таких умов, не є дивним, що в суспільстві домінують застарілі стереотипи ставлення до НАТО як до агресивного воєнного блоку.

Четверте. Досить критично громадяни оцінюють ефективність виконання окремих пунктів відповідних інформаційних програм і в цілому державну інформаційну політику у сфері європейської інтеграції. Така ситуація ускладнює забезпечення суспільної підтримки курсу на приєднання до ЄС та набуття членства в Альянсі.

П'яте. В суспільстві існує значний інтерес до ЄС і НАТО. Більшість респондентів хочуть знати якомога більше про ЄС, майже половина – висловили аналогічну думку щодо НАТО. Отже, існує суспільний запит на проведення відповідних інформаційних кампаній.

1. ІНФОРМАЦІЙНИЙ КОНТЕКСТ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Геополітичні орієнтації громадян України

Аналіз результатів досліджень геополітичних орієнтацій громадян за останні вісім років дає підстави стверджувати, що в громадській думці закріпився пріоритет двох напрямів зовнішньополітичного співробітництва: з одного боку – з країнами ЄС, з іншого – з Росією.

Рівень підтримки контактів з країнами ЄС зазнає помітних коливань. У періоди виборчих кампаній (2004р., 2006р.) спостерігалось зниження числа прихильників євроінтеграції, що можна пояснити сплесками анти-західної риторики, активними спекуляціями на проросійських настроях у східних регіонах країни. У перші місяці 2005р., після приходу до влади В.Ющенка, спостерігалось зростання єврооптимізму, що пояснюється фактором довіри до нової влади та активізацією контактів України зі структурами ЄС.

Регіональні особливості. На Заході країни стабільно переважають симпатії до співробітництва з ЄС, на Півдні і Сході – до розвитку відносин з Росією. Останніми роками ця тенденція набула стійкого характеру. У лютому 2008р. на Заході країни пропорція євросимпатиків і прихильників

¹ Використані результати опитувань, що проводилися соціологічною службою Центру Разумкова з лютого 2000р. по лютий 2008р. Останнє за часом дослідження проведене з 31 січня по 5 лютого 2008р. в усіх регіонах України. Опитано 2 017 респондентів віком від 18 років. Теоретична похибка вибірки не перевищує 2,3%.

Усі опитування, результати яких наводяться в підрозділі, здійснювалися в усіх областях України, Києві та АР Крим за багатоступенєвою випадковою вибіркою із квотним відбором респондентів на останньому етапі, що репрезентує доросле населення України за основними соціально-демографічними показниками (регіон проживання, тип і розмір населеного пункту, вік, стать). Теоретична похибка вибірки всіх опитувань не перевищує 2,3%.

Використовується наступний розподіл територій за регіонами: **Захід:** Волинська, Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська, Рівненська, Тернопільська, Чернівецька області; **Південь:** АР Крим, Миколаївська, Одеська, Херсонська області; **Схід:** Дніпропетровська, Донецька, Запорізька, Луганська, Харківська області; **Центр:** м.Київ, Вінницька, Житомирська, Київська, Кіровоградська, Полтавська, Сумська, Хмельницька, Черкаська, Чернігівська області.

пріоритетності контактів із РФ складала приблизно 6:1; на Сході і Півдні – навпаки, приблизно 1:3.

У Центрі протягом останніх років (за винятком 2005р., коли спостерігався різкий сплеск євросимпатій) простежується паритет геополітичних орієнтацій жителів: приблизно рівні частки респондентів віддають перевагу співробітництву з РФ і контактам з ЄС (у лютому 2008р. це співвідношення становило відповідно 36,6% і 40,7%).

Регіональна поляризація зовнішньополітичних орієнтацій громадян значною мірою обумовлена культурно-цивілізаційними, національно-етнічними, конфесійними відмінностями регіонів, які поглиблювалися суперечливою різновекторною зовнішньою політикою попереднього керівництва країни та загострювалися під час президентських виборів 2004р. і парламентських кампаній 2006-2007рр.

Демографічні особливості. Серед найбільш соціально активної вікової групи – молоді 18-29 років – зберігається перевага прихильників розвитку контактів з ЄС, причому, з травня 2006р. їх число помітно збільшилось і в лютому 2008р. досягло максимальної позначки – 47,1%. Протягом останніх років змінилися на користь ЄС і позиції людей середнього віку (30-39 років), водночас, у старших групах (від 50 років) стабільно домінують симпатії до співробітництва з РФ. Отже, молодіжні та середні вікові групи в Україні більше зорієнтовані на її просування в європейському напрямі.

Ставлення до ідеї вступу України до ЄС

Загалом, у суспільстві переважає позитивне ставлення до приєднання країни до ЄС. Протягом останніх років спостерігалися дві фази помітного зниження рівня суспільної підтримки набуття Україною членства в ЄС: у листопаді 2004р. (під час президентської виборчої кампанії) та вересні 2005р. (під час розколу команди євроінтеграторів і відставки Уряду Ю.Тимошенка)². Надалі ситуація стабілізувалася: у грудні 2006р. рівень підтримки вступу до ЄС досяг середнього за два останні роки показника (48,5%), у лютому 2008р. – склав 50,9%

Регіональні особливості. Найбільш активно підтримують вступ країни до ЄС жителі її Заходу та Центру. Така тенденція є сталою. На Заході вступ постійно підтримують більшість жителів (у лютому 2008р. – 70,7%³). В Центрі також переважають проєвропейські настрої.

На Півдні і Сході спостерігається суперечлива динаміка: до листопада 2004р. тут домінували прихильники вступу до ЄС, проте надалі розподіл позицій змінився на користь його противників. Однак, якщо на Півдні загалом переважають противники вступу, то на Сході картина дещо інша⁴. Після тривалого домінування противників вступу, у грудні 2006р. позиції опитаних розділилися майже навпіл (за вступ до ЄС – 39,2%, проти – 38,6%), з квітня намітилося певне переважання прихильників вступу, зокрема, в лютому 2008р. пропорція

прихильників/противників становила відповідно 40,8% та 34,5%. Проте, говорити про стійкі проєвропейські настрої в цьому регіоні, очевидно, передчасно.

Демографічні особливості. Найбільшу підтримку вступу України до ЄС демонструє молодь. Протягом усього періоду досліджень ідею приєднання до ЄС активно підтримують респонденти молодшої (18-29 років) і середньої (30-39 років) вікових груп. Серед молодшої групи найвищий показник євросимпатій (73,1%) був зафіксований в листопаді 2002р. найнижчий (52,3%) – у вересні 2005р. У лютому 2008р. вступ до ЄС підтримали 60%.

Стабільно переважає підтримка вступу до ЄС також у віковій групі 40-49 років. Найстарші респонденти (від 60 років) демонструють суперечливі позиції з цього питання.

Оцінки євроінтеграції як об'єднаної ідеї

Ставлення громадян до інтеграції як до ідеї, здатної об'єднати Україну, не є однозначним. Загалом, в оцінках респондентів спостерігається суперечлива динаміка. Так, якщо у квітні 2005р. позиції з цього питання розділилися майже навпіл (36% – погодилися, що євроінтеграція може об'єднати країну, 39,2% – не погодилися), то в грудні 2006р. ця пропорція помітно змінилася на гірше: 26,5% та 46,5%, відповідно. Згодом число оптимістів почало дещо зростати, песимістів – зменшуватися: у лютому 2008р. 33,6% опитаних погодилися із зазначеною тезою, 40,4% – не погодилися.

Регіональні особливості. Найвищий рівень підтримки євроінтеграції як об'єднаної ідеї продемонстрували в лютому 2008р. жителі Заходу країни (47,3% проти 22,5% песимістів). Причому, тут відсоток позитивних відповідей, порівняно з квітнем 2007р., помітно зріс. А в Центрі – навпаки, зменшився. На Півдні і Сході загалом переважають скептичні позиції з цього питання.

Очевидно, такі оцінки зумовлюються багатьма факторами: (а) існуванням розбіжностей в геополітичних орієнтаціях жителів; (б) браком відповідної інформації, низькою поінформованістю громадян про співробітництва України з ЄС; (в) надто скромними соціально-економічними результатами реалізації євроінтеграційного курсу; (г) неготовністю влади жити та діяти за європейськими правилами; (д) кризовою ситуацією в країні, гострою конфронтацією між різними політичними таборами⁵.

Канали інформування про ЄС і чинники формування ставлення до нього

Канали інформування. Як свідчать результати опитування, громадяни отримують інформацію про ЄС насамперед через центральні українські телеканали: на це джерело вказують переважна більшість (75,7%) опитаних. Другу позицію зі значним відривом (41%) посідають центральні українські газети; третю – місцеві телеканали (29,4%).

² Див.: Європейська інтеграція України: громадська думка. – Національна безпека і оборона, 2007, №5, с.53.

³ Найнижчий рівень (56,1%) підтримки вступу до ЄС в цьому регіоні зафіксований у вересні 2005р.

⁴ Однак, слід зазначити, що на Півдні число противників вступу до ЄС у лютому 2008р., порівняно з квітнем 2007р., зменшилося з 52% до 47,8%.

⁵ Див.: Європейська інтеграція України: громадська думка. – Національна безпека і оборона, 2007, №5, с.52.

Оцінюючи градацію інших джерел, можна зробити наступні спостереження:

(1) значна частина українських громадян отримують інформацію про ЄС через телеканали РФ, що транслюються на території країни. Ці мас-медіа знаходяться на п'ятому місці у загальному переліку. Отже російські ЗМІ мають помітний вплив на ставлення громадян України про ЄС;

(2) досить обмеженою є частина респондентів, які отримують інформацію про ЄС через Інтернет. За експертними оцінками, українських користувачів Інтернету нараховується близько 7,6 млн. (однак левова частка з них – близько 60%, зосереджена в Києві та області)⁶. З іншого боку, існує дефіцит профільних україномовних сайтів новин;

(3) українські громадяни практично не користуються іноземними (крім російських) джерелами інформації про ЄС, однією з головних причин чого є низький рівень володіння іноземними мовами. Так, лише 7,3% опитаних засвідчили, що мають можливість та отримують інформацію про ЄС з іноземних джерел; 7,2% – мають можливість, але не володіють іноземними мовами, а 75,6% – не мають такої можливості та не володіють мовами.

Чинники формування ставлення до ЄС. Найбільшою мірою визначає ставлення громадян до ЄС інформація у ЗМІ. Таку думку в лютому 2008р. засвідчили більшість (56,2%) опитаних. Ставлення понад третини (34,9%) – формується під впливом вражень знайомих, які відвідували країни ЄС; для 21,2% – головним аргументом є товари з країн-членів ЄС; для 10,5% – художні твори європейських авторів. За період з квітня 2005р. по лютий 2008р. загальна картина оцінок не зазнала суттєвих змін.

Оцінки державної інформаційної політики у сфері європейської інтеграції

Стан виконання окремих заходів Державної програми інформування громадськості з питань європейської інтеграції України на 2004-2007рр. Загальна картина оцінок свідчить про те, що окремі заплановані в документі заходи значною мірою залишалися поза увагою української громадськості. Це пояснюється багатьма причинами – починаючи від браку фінансування, формальним, бюрократичним підходом і закінчуючи відсутністю інтересу до ЄС з боку громадян⁷.

Лише кожному четвертому (24,8%) респонденту відомо про конференції, семінари, круглі столи з питань Україна-ЄС, про День Європи та днів держав-членів ЄС. Кожен десятий (10,1%) – знає про інформаційні центри з питань євроінтеграції.

Лише кожен сьомий (14%) респондент бачив брошури, довідники, наукові, публіцистичні та інші праці, присвячені ЄС. Стільки ж (13,2%) – відзначили спеціальну рубрику “Європейський Союз” у регіональних друкованих ЗМІ. Не набагато більше (16,9%) – бачили відповідну рекламну продукцію (плакати, листівки, календарі тощо). Водночас, більш

популярними є телевізійні програми, присвячені євроінтеграції – їх дивилися 41,6% опитаних.

Впродовж чотирьох останніх років кожен п'ятий (21,4%) громадянин змінив на краще своє ставлення до ЄС, лише 2,5% – на гірше, а позиції більшості (54,9%) – залишилися незмінними. В цьому контексті слід зазначити наступне. *По-перше*, очевидно, що певне зростання позитивного ставлення до ЄС не можна вичерпно пояснити як результат виконання інформаційної програми, оскільки на громадську думку впливають різні фактори, про які в документі не згадується. *По-друге*, покращення ставлення до ЄС загалом не спричинило помітного зростання рівня підтримки ідеї вступу до цієї організації.

Оцінка державної інформаційної політики у сфері євроінтеграції. Зазначену політику громадяни оцінюють скоріше позитивно: відповіді “позитивно” та “скоріше позитивно” обрали 43,9% респондентів; критичне ставлення висловили лише чверть опитаних; майже третина (31%) – утрималися від відповіді. Ці оцінки є неоднозначними, очевидно, значною мірою обумовленими загалом позитивним ставленням до ЄС, що поширюється й на відповідну інформаційну політику.

Умови підвищення ефективності державної інформаційної політики. Насамперед респонденти фокусують увагу на українській владі: на думку відносної більшості (35,4%), влада сама має навчитися жити та управляти країною за європейськими нормами і стандартами; ще 15,7% опитаних зазначили, що влада практичними діями повинна підвищити довіру громадян до себе – тоді інформаційна політика матиме ефект. Лише третє місце (12,5%) відводиться суто “технологічній” умові: інформаційна політика має бути послідовною, позбавленою формалізму, зрозумілою для різних верств населення. Привертає увагу та обставина, що лише 5,6% громадян вважають інформаційну політику у сфері європейської інтеграції позбавленою сенсу, оскільки перспективи приєднання України не визначені.

Рівень поінформованості громадян України про ЄС

Громадяни відчують брак повної, детальної інформації про ЄС. Протягом квітня 2005р. - лютого 2008р. незмінна більшість респондентів зазначають, що українські ЗМІ надають неповну, обмежену інформацію про ЄС або такої інформації дуже мало. Зокрема в лютому 2008р. з такою думкою погодилися 77,1% опитаних. Лише кожен десятий (10%) зазначив, що надається повна, детальна інформація.

Очевидно, що міра поінформованості громадян про ЄС відчутним чином визначає їх ставлення до євроінтеграції України. В лютому 2008р. більшість (54,5%) респондентів оцінили свій рівень поінформованості про ЄС або як низький (47,2%), або зазначили, що не мають жодної інформації (7,3%); як “середній” оцінили свій рівень обізнаності 36,9% опитаних.

⁶ В январі увеличилось количество украинских интернет-пользователей. – Експерт-центр, 7 февраля 2008г.; <http://www.expert.org.ua>

⁷ Більш детально ці причини визначені в Аналітичній доповіді, що вміщена в цьому журналі.

Регіональні особливості. Дещо більш позитивно оцінили власний рівень обізнаності про ЄС жителі Заходу та Центру країни: відповідно 45,9% і 46% респондентів охарактеризували свою поінформованість про ЄС як “високу” та “середню”. На Півдні і Сході цей показник помітно нижчий і відповідно – більше тих, хто дуже мало знає про ЄС (низький рівень), або не володіє жодною інформацією.

Демографічні особливості. У загальній картині самооцінок представників різних вікових груп кардинальних розбіжностей не спостерігається. Дещо краще характеризують рівень власної поінформованості респонденти молодшої (18-29 років) і середньої (30-39) вікових груп; найгірше – представники найстаршої групи (60 років і старші). У цій віковій категорії – максимальний сумарний показник тих, хто погано поінформований про ЄС, або не має жодної інформації.

Суспільний запит на інформацію про ЄС

В українському суспільстві існує значний інтерес до ЄС. Результати попередніх досліджень (квітень 2005р. – квітень 2007р.) свідчать про те, що стабільна більшість громадян зацікавлені в отриманні інформації про ЄС⁸. У лютому 2008р. 54,7% опитаних засвідчили бажання знати якомога більше про ЄС; водночас, 18,9% – заявили, що їх задовольняє наявна інформація, стільки ж (18,6%) – повідомили, що не цікавляться Євросоюзом.

Регіональні особливості. Найвищий рівень зацікавленості в інформації про ЄС спостерігається серед жителів Заходу та Центру країни. Проте, і на Сході половина (50,3%) опитаних висловлюють таку зацікавленість. Дещо більш байдуже ставлення демонструють жителі Півдня.

Демографічні особливості. Якомога більше знати про ЄС бажають респонденти молодшої (18-29 років) вікової групи; високий рівень інтересу засвідчують також інші вікові групи, за винятком найстаршої (60 років і старші) – позиції респондентів цього віку розділилися майже навпіл: 44,3% демонструють інтерес до ЄС, для 46,8% – достатньо наявної інформації, або вона взагалі не потрібна.

Змістовні аспекти запиту на інформацію про ЄС. Інтерес громадян України до ЄС є прагматичним і досить конкретним. Насамперед, респондентів цікавлять соціальні стандарти в країнах ЄС (37,8%), наслідки можливого вступу України до ЄС (30%), інформація про життя людей (28%), реалізація соціально-економічних, освітніх та ін. програм ЄС в Україні. Найменшою мірою опитані цікавляться історією ЄС, його зовнішньою політикою та політикою безпеки. Очевидно, що специфіка інформаційних потреб громадян має бути врахована при реалізації державної інформаційної політики у сфері європейської інтеграції.

2. ІНФОРМАЦІЙНА ПОЛІТИКА У СФЕРІ ЄВРОАТЛАНТИЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Підтримка вступу України до НАТО

Загалом, у суспільстві переважає негативне ставлення до ідеї вступу України до Альянсу. Рівень її прямої підтримки є низьким. За результатами опитування в лютому 2008р.

на гіпотетичному референдумі, якби він відбувся “наступної неділі”, за вступ до НАТО проголосувала б п'ята частина (20,9%) громадян, проти – понад половина (53,1%). Протягом усього періоду досліджень показник підтримки набув максимального значення (32%) у червні 2002р., а мінімального (15,1%) – в листопаді 2004р. Надалі він не перевищував позначку 21,1%.

Низький рівень підтримки руху України до Альянсу обумовлюється багатьма факторами: регіональними розбіжностями, низьким рівнем обізнаності про Альянс, виборчими маніпулюваннями темою Альянсу та проведенням масових антинатовських кампаній, розколом серед державно-політичної еліти з цього питання, інерцією застарілих пострадянських стереотипів тощо.

Загалом, число “твердих” прихильників вступу до НАТО складає 9,2%, так само “твердих” противників – 41,5%. Решта – демонструють більш помірковані позиції від “скоріше підтримую” до “скоріше не підтримую”. При цьому, переважна більшість противників вступу України до НАТО не схильні змінювати свої позиції – лише 5,5% із них засвідчили можливість такої зміни; 14,6% – утрималися від відповіді.

Результати опитування свідчать також про те, що не слід перебільшувати вплив “російського фактору” на позиції українських громадян. Гіпотетичний вступ Росії до НАТО збільшив би число українських прихильників вступу до НАТО на 7%. Причому з тих, хто голосував би на гіпотетичному референдумі проти вступу України до НАТО, лише 11,6% змінили б свою позицію, серед тих, хто вагається, – 21,5%.

Регіональні особливості. Регіональні відмінності ставлення громадян до НАТО найбільш виразно проявляються у їх відповідях на питання про гіпотетичний референдум з приводу вступу до НАТО: на Заході з грудня 2005р. спостерігається стабільна підтримка вступу України до НАТО, в решті регіонів – так само стабільно домінують його противники.

Демографічні особливості. В демографічному аспекті кардинальних розбіжностей в позиціях респондентів не спостерігається – в усіх вікових групах домінують противники приєднання до Альянсу. Дещо краще ставлення до членства в НАТО демонструють представники наймолодшої групи (18-29 років).

Більшість противників НАТО складають респонденти, які на парламентських виборах 2007р. голосували за Партію регіонів та КПУ. Серед прихильників БЮТ і НУНС загалом переважають прихильники євроатлантичної інтеграції.

Канали інформування про НАТО

Так само як і у випадку з ЄС, громадяни отримують інформацію про НАТО насамперед через центральні українські телеканали, центральні газети, місцеві телеканали. Помітною є роль російських телеканалів.

Досить невелике число респондентів отримують інформацію про Альянс через Інтернет і зовсім незначне – з іноземних джерел. Як зазначалося вище, однією з головних причин цього є недостатнє володіння громадянами іноземними мовами.

⁸ Див.: Європейська інтеграція України: громадська думка. – Національна безпека і оборона, 2007, №5, с.68.

Уявлення про НАТО

У червні 2002р. уявлення громадян про Альянс було переважно позитивним – 42,5% опитаних вважали його оборонним союзом або миротворчою організацією і лише дещо більше третини (34,8%) – агресивним воєнним блоком. Надалі ці уявлення зазнали змін: у грудні 2005р. в розпал виборчої боротьби, потужних антинатовських кампаній стрімко зросли негативні оцінки. В жовтні 2006р. вони досягли максимальної позначки – 53,5%. Згодом критичні настрої зменшилися, однак, позиції тих, хто вважає НАТО “агресором”, переважають.

Регіональні особливості. Спостерігаються принципово різні оцінки Альянсу жителями Заходу країни, з одного боку, та Півдня і Сходу – з іншого. На Заході переважають позитивні оцінки: більшість респондентів вважають НАТО або оборонним союзом (34,6%), або миротворчою організацією (23,8%). На Сході і Півдні – більшість опитаних переконані в тому, що НАТО є агресивним воєнним блоком. Оцінки жителів Центру розділилися майже навпіл: 38,1% оцінюють Альянс позитивно, 41,6% – негативно.

Стан виконання окремих заходів Державної програми інформування громадськості з питань євроатлантичної інтеграції України на 2004-2007рр.

Результати опитування дають підстави констатувати що окремі заплановані в документі заходи не мали належного інформаційного ефекту. Лише менше чверті (22,6%) опитаних відомо про деякі публічні акції, присвячені НАТО (прес-конференції, брифінги, круглі столи); 13,5% – поінформовані про внесення теми НАТО до національних освітніх програм, ще менше (7,6%) респондентів – бачили відповідні навчально-методичні матеріали. Лише 8,7% опитаних бачили брошури з актуальних питань євроатлантичної інтеграції України.

Менше третини (30%) респондентів дивилися телевізійні програми, присвячені діяльності НАТО. Очевидно, це надто низький показник, якщо враховувати те, що саме телебачення є головним джерелом, з якого громадяни отримують інформацію про Альянс.

Загалом, протягом часу реалізації Програми в суспільному ставленні до НАТО сталися неоднозначні зміни: 10,9% громадян змінили своє ставлення до Альянсу на краще, натомість 9% – на гірше. Оцінюючи цю ситуацію, варто мати на увазі ту обставину, що тема НАТО є сьогодні надзвичайно політизованою, тому об'єктивна, неупереджена інформація про Альянс часто наштотується на стійкі стереотипи, сприймається як “прозахідна пропаганда”, відтак – залишається поза увагою громадян.

Рівень поінформованості про НАТО

Більшість опитаних засвідчують брак повної, детальної інформації про НАТО: 40,8% – оцінюють інформацію, що надається українськими ЗМІ, як обмежену, неповну; 38,7% – переконані, що такої інформації недостатньо. Лише 5,5% респондентів задоволені обсягом і якістю інформації про Альянс.

Більшість громадян країни не мають жодної інформації про сучасний стан співробітництва України з НАТО, про допомогу

НАТО Україні в різних сферах, про вимоги до країн-кандидатів на вступ до НАТО, про соціальні умови проходження служби в арміях країн НАТО. Менше половини (47,8%) опитаних мають лише “певне уявлення” про цілі та завдання діяльності НАТО, 40,1% – зовсім не володіють інформацією з цього питання. Подібну необізнаність продемонстрували респонденти стосовно проведення миротворчих операцій під егідою НАТО та участі в них України (46,4% – мають “певне уявлення”; 41,3% – не володіють інформацією).

Лише кожному дев'ятому (11,5%) відомо про те, яким чином приймаються рішення в НАТО; 15,9% – переконані в тому, що рішення приймає група провідних країн-членів НАТО (очевидно, спрацьовує стереотип, згідно з яким у НАТО керують США та їх найближчі союзники). Більшість (59,1%) опитаних або не знають зазначеної процедури, або утрималися від відповіді.

Більшість громадян не обізнані в досить чутливому питанні про те, як вирішується питання участі окремої країни у військових операціях НАТО. Лише 16,8% опитаних зазначили, що кожна країна-член Альянсу приймає це рішення самостійно; 22,6% – переконані, що країна зобов'язана брати участь у всіх військових операціях Альянсу; відносна більшість (47,6%) опитаних утрималися від відповіді.

З огляду на наведені дані, зрозуміло, чому громадяни досить критично оцінюють рівень власної поінформованості про НАТО: 56,9% опитаних зазначили, що їх обізнаність про НАТО є низькою, або вони не мають про нього жодної інформації.

Регіональні особливості. Суттєвих розбіжностей в оцінках жителів різних регіонів не спостерігається: більшість респондентів критично оцінюють свою обізнаність про Альянс. Сума оцінок “низький рівень” і “не маю жодної інформації” коливається від 55,1% в Центрі до 58,3% на Півдні країни.

Демографічні особливості. Самооцінки респондентів різних вікових груп принципово не відрізняються; дещо краще оцінюють свою поінформованість про Альянс представники середньої вікової групи (30-39 років), найгірше – респонденти від 60 років і старші.

Суспільний запит на інформацію про ЄС

Попри критичне ставлення до НАТО, громадян країни цікавить інформація про цю структуру: майже половина (49,3%) опитаних хочуть знати якомога більше про Альянс. Водночас, значну частину (42,2%) респондентів натовська проблематика не цікавить. Кожен одинадцятий (8,5%) не визначив свою позицію з цього питання.

Регіональні особливості. Найбільшу зацікавленість в отриманні інформації демонструють жителі Заходу – 62,7% з них хочуть знати якомога більше про НАТО. Аналогічну думку висловлюють 57,5% жителів Центру. На Півдні і Сході більшість опитаних ця тема не цікавить.

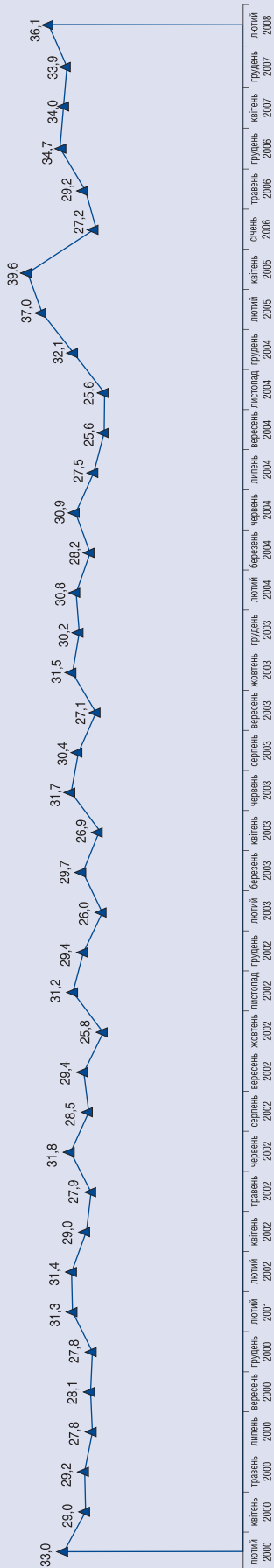
Демографічні особливості. Найбільший рівень інтересу до НАТО спостерігається серед молоді (55,2%). Представники інших вікових груп також демонструють значний інтерес до Альянсу. Байдуже ставлення до нього домінує лише серед респондентів найстаршої вікової групи (від 60 років). ■

ІНФОРМАЦІЙНИЙ КОНТЕКСТ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

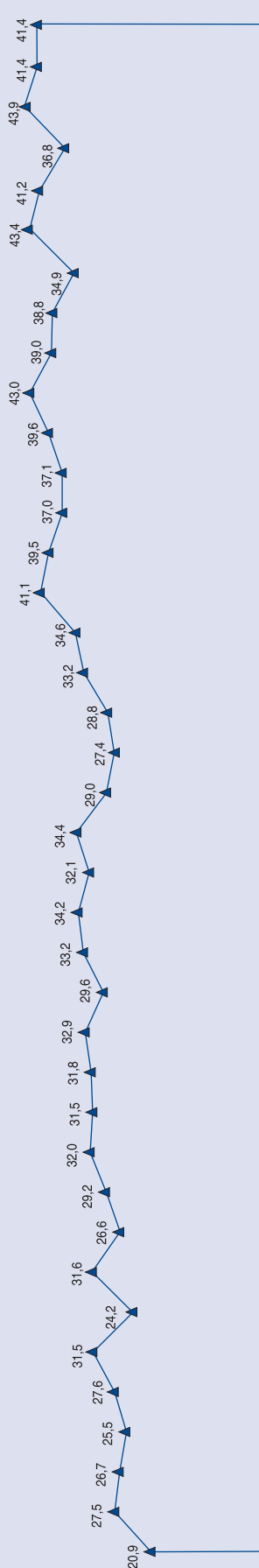
Який напрям зовнішньої політики має бути пріоритетним для України?

% ОПИТАНИХ

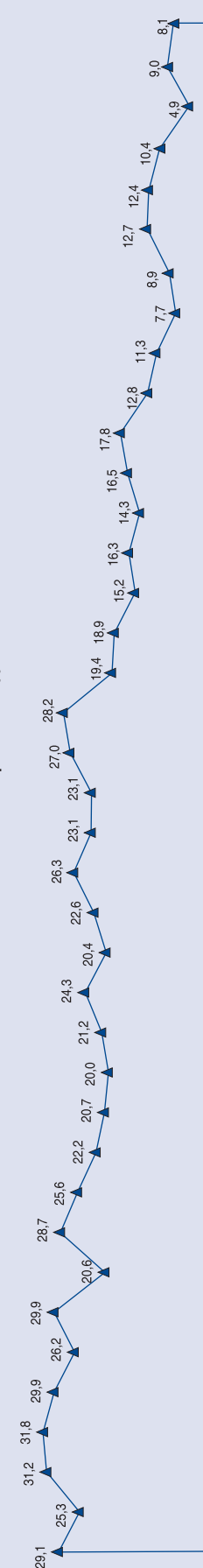
Відносини з країнами Європейського Союзу



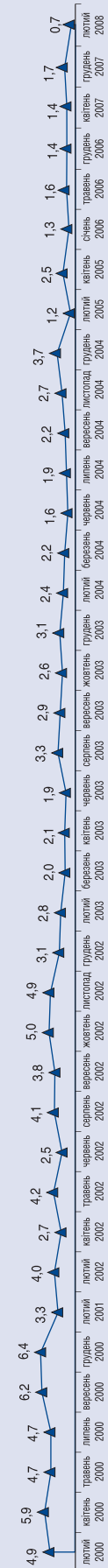
З Росією



З іншими країнами СНД

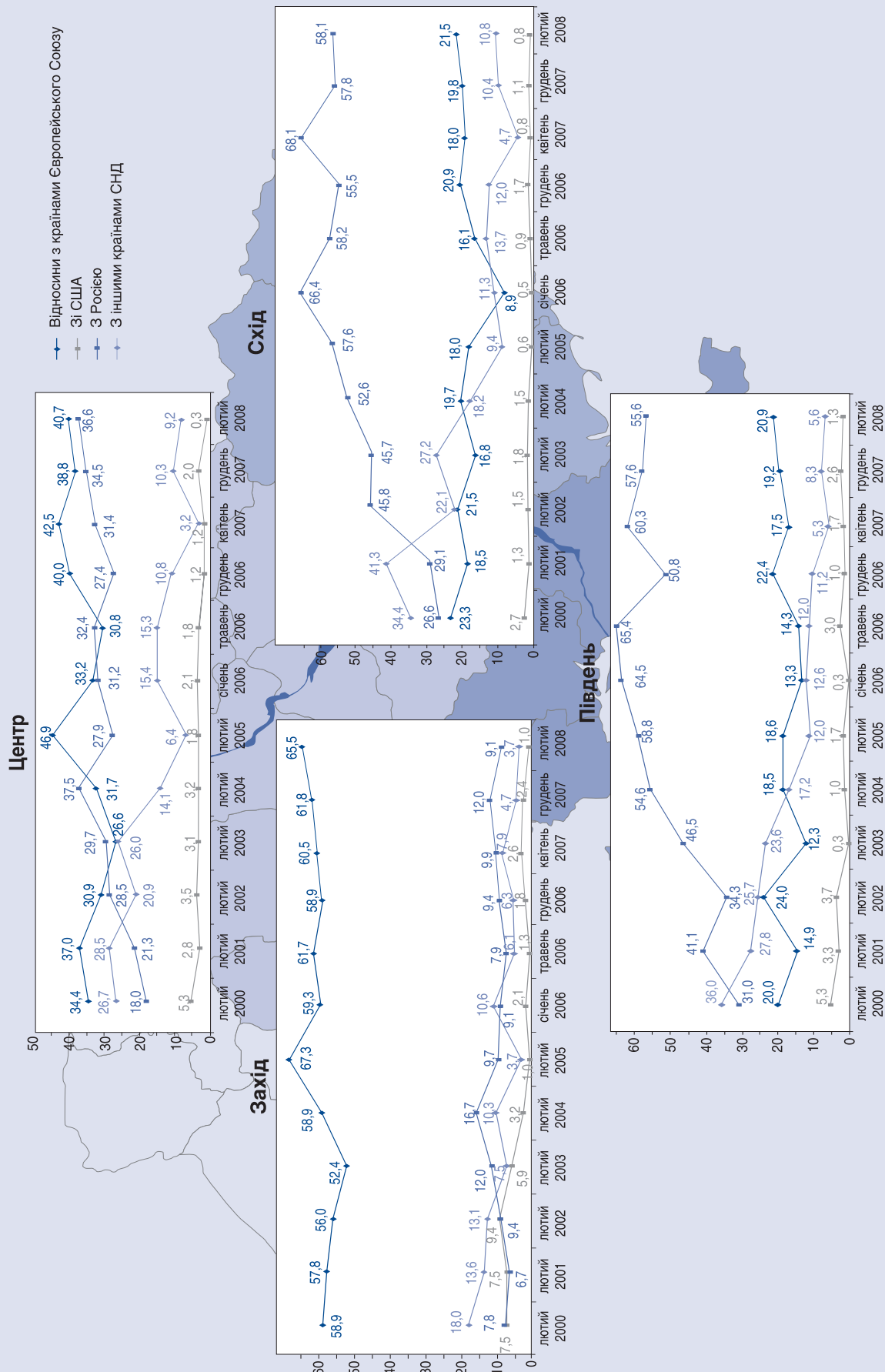


З США

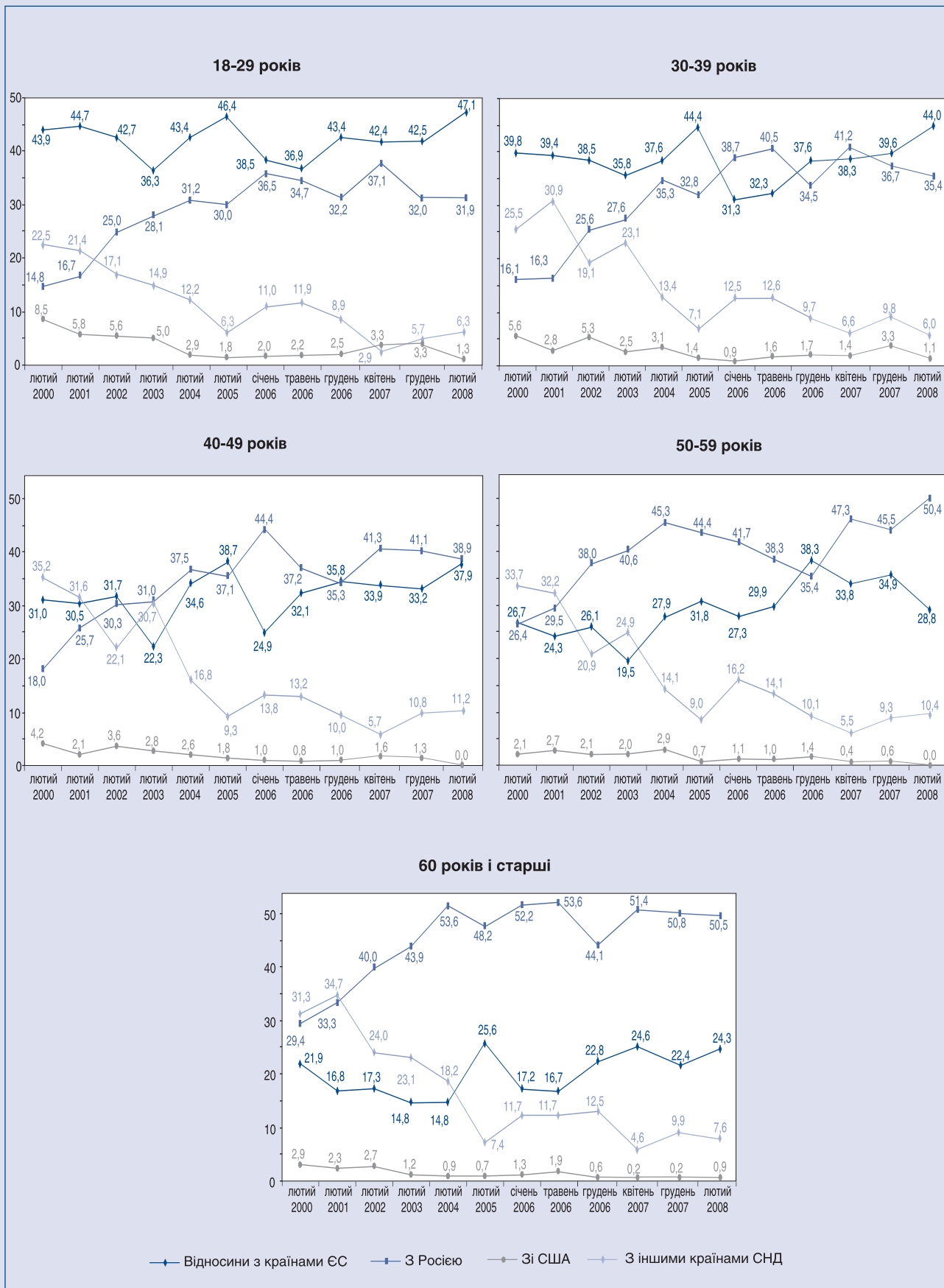


Який напрям зовнішньої політики має бути пріоритетним для України?

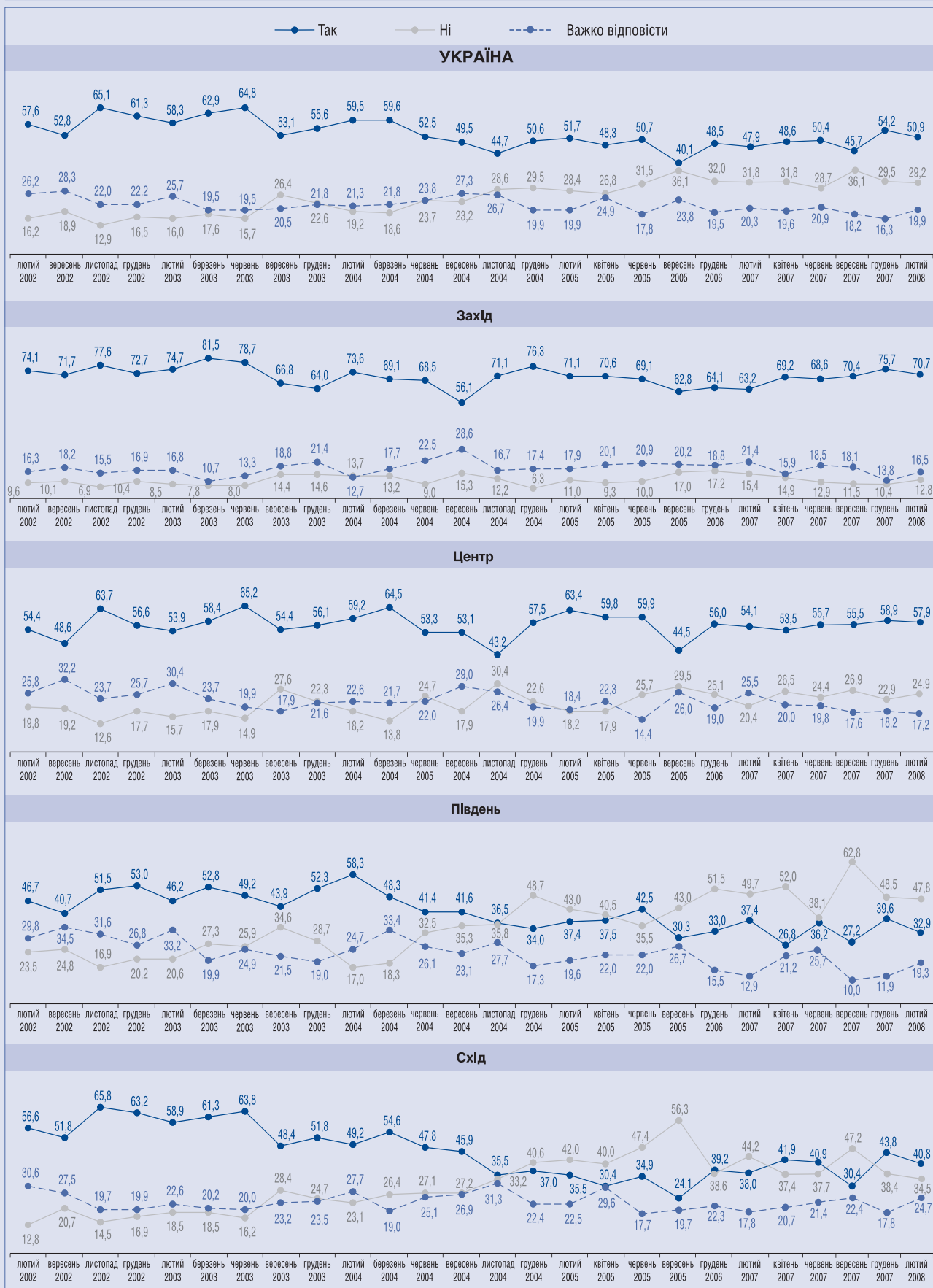
% опитаних



Який напрям зовнішньої політики має бути пріоритетним для України?
% опитаних



Чи потрібно Україні вступити до ЄС?
% опитаних



Чи потрібно Україні вступити до ЄС?
% опитаних

— Так — Ні — Важко відповісти

18-29 років



30-39 років



40-49 років



50-59 років

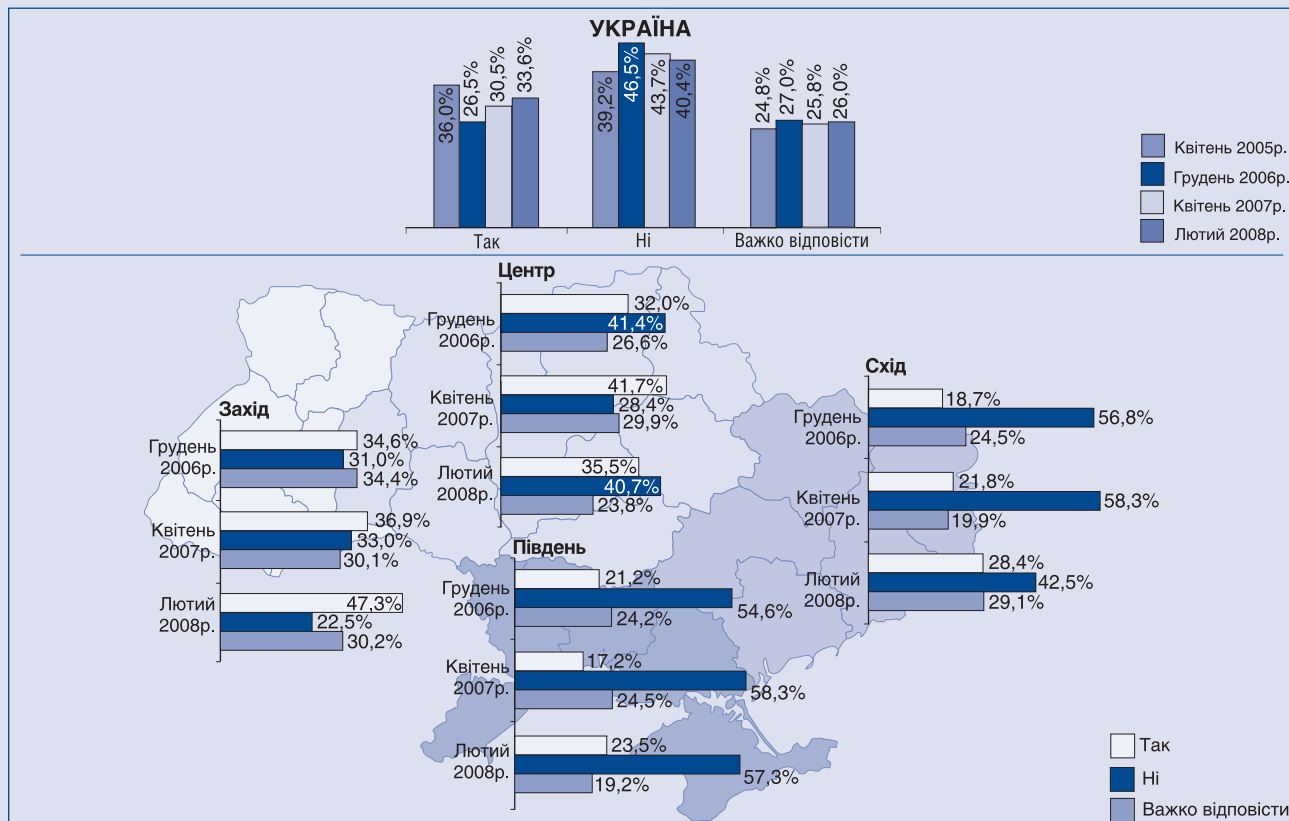


60 років і старші



Чи може інтеграція до ЄС стати загальнонаціональною ідеєю, яка об'єднала б всі регіони України?

% опитаних



З яких засобів масової інформації Ви отримуєте інформацію про ЄС?*

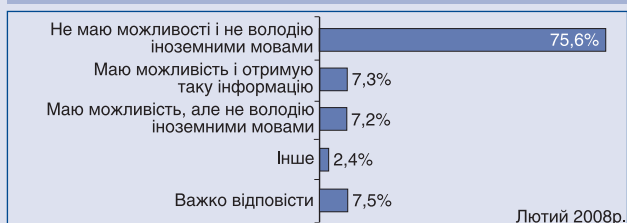
% опитаних



* Респондентам пропонувалося відзначити всі прийнятні варіанти відповіді.

Чи маєте Ви можливість отримувати інформацію про ЄС з іноземних джерел?

% опитаних



Що найбільшою мірою визначає Ваше ставлення до ЄС?*

% опитаних



* Респондентам пропонувалося відзначити не більше трьох прийнятних варіантів відповіді.

Державною програмою інформування громадськості з питань європейської інтеграції України на 2004-2007рр. передбачено ряд заходів. Чи відомо Вам про...?

% опитаних



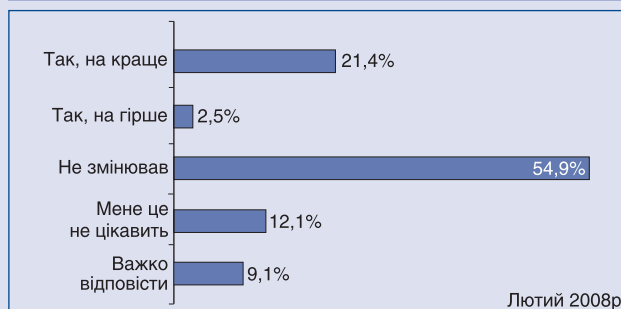
Державною програмою інформування громадськості з питань європейської інтеграції України на 2004-2007рр. передбачено ряд заходів. Чи бачили Ви...?

% опитаних



Чи змінювали Ви протягом 2004-2007рр. своє ставлення до ЄС?

% опитаних



Як Ви загалом оцінюєте державну інформаційну політику у сфері європейської інтеграції?

% опитаних



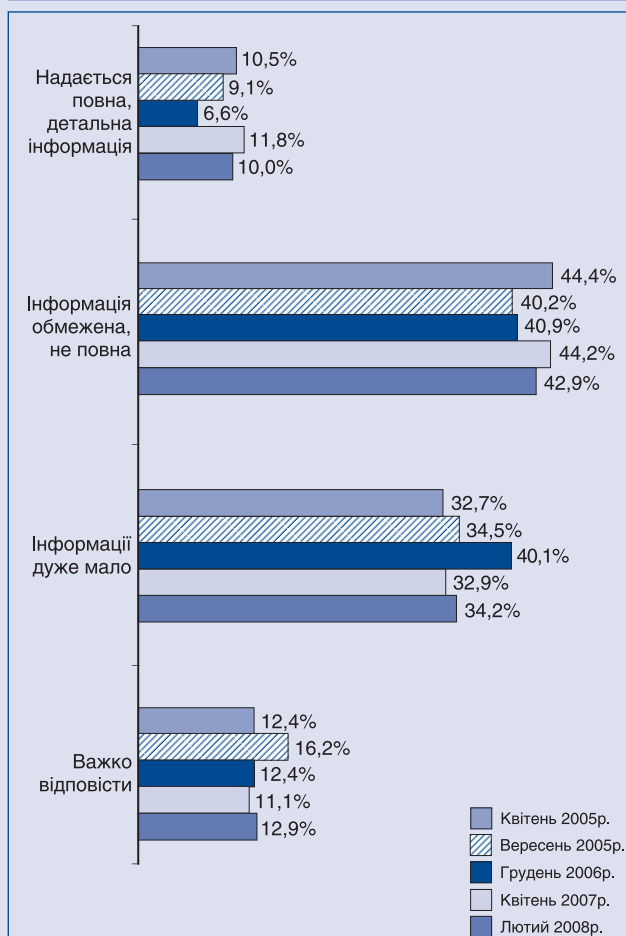
Яку найважливішу умову необхідно насамперед виконати, щоб державна інформаційна політика у сфері європейської інтеграції стала більш ефективною і дала бажаний результат?

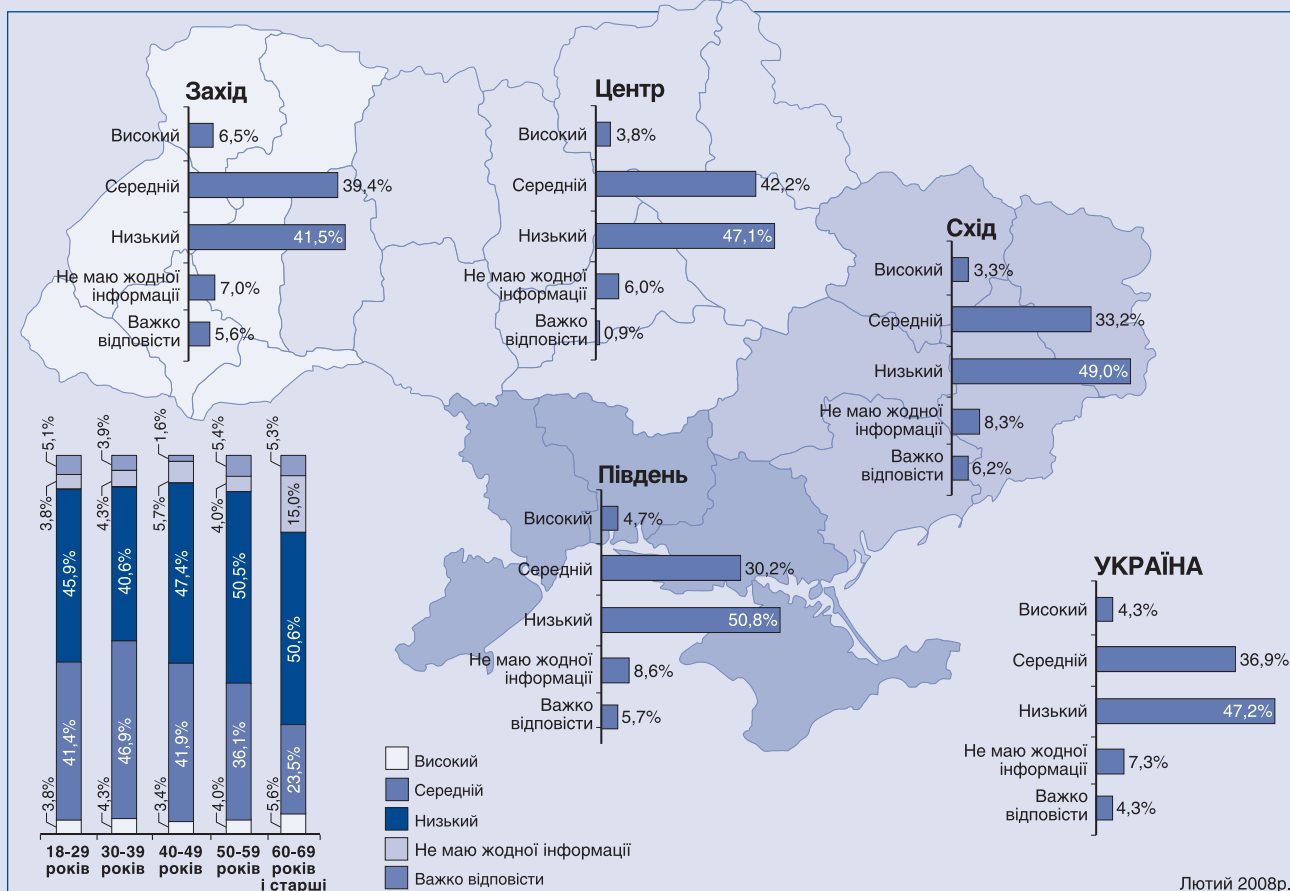
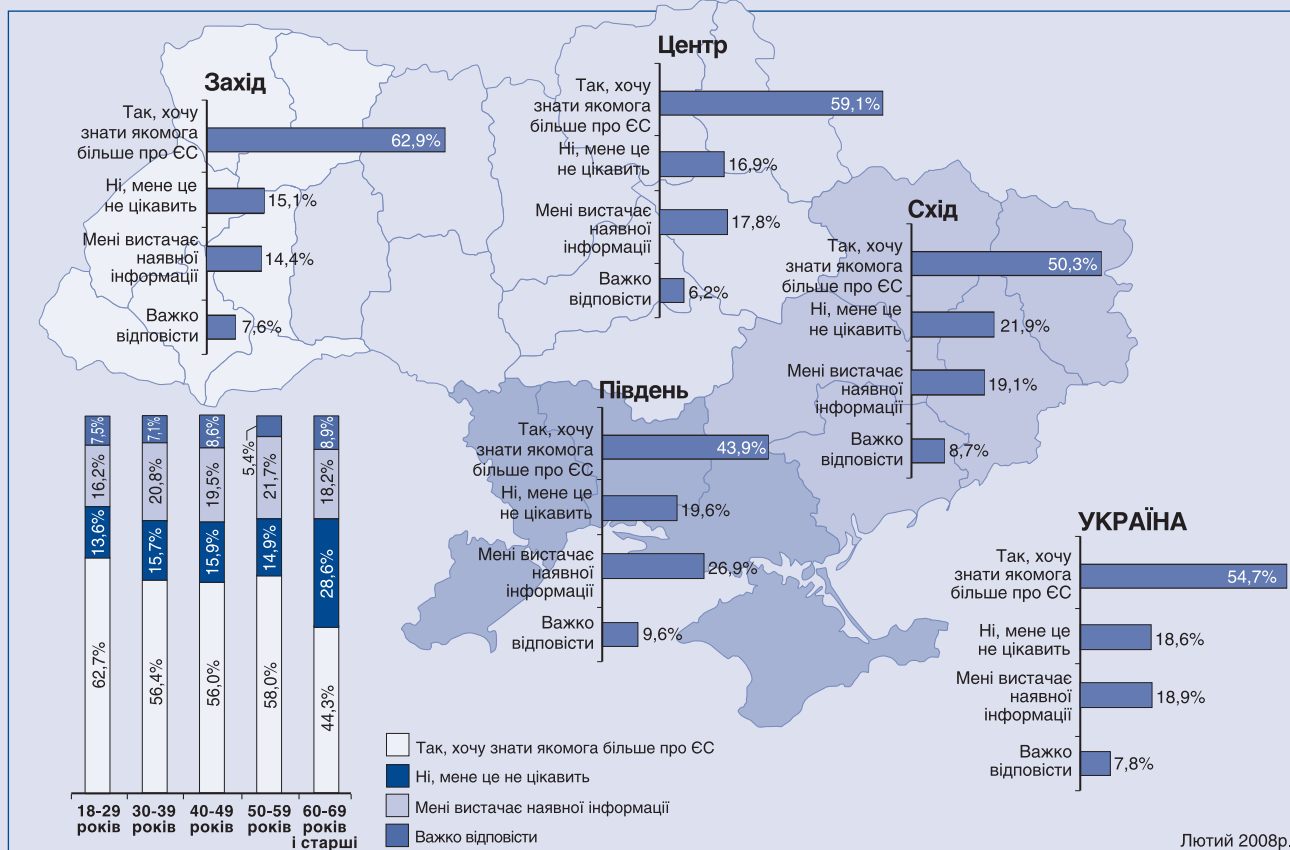
% опитаних



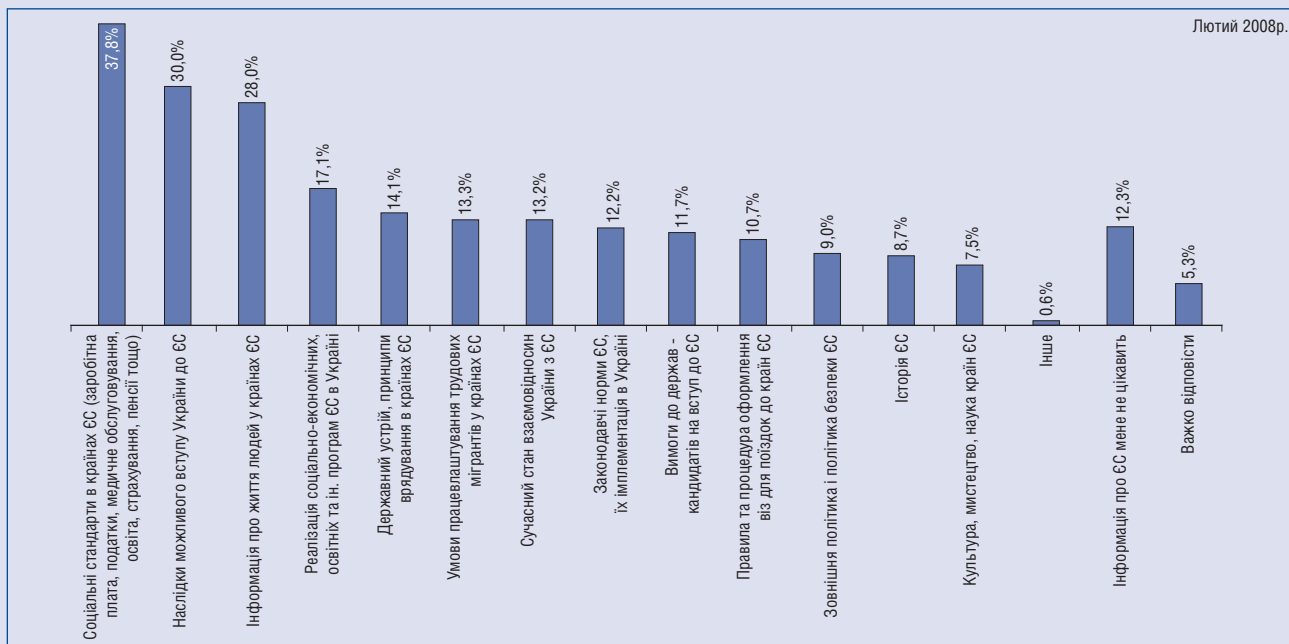
Як українські ЗМІ інформують громадян про ЄС?

% опитаних



Оцінка рівня поінформованості про ЄС,
% опитанихЧи хотіли б Ви отримувати більше інформації про ЄС?
% опитаних

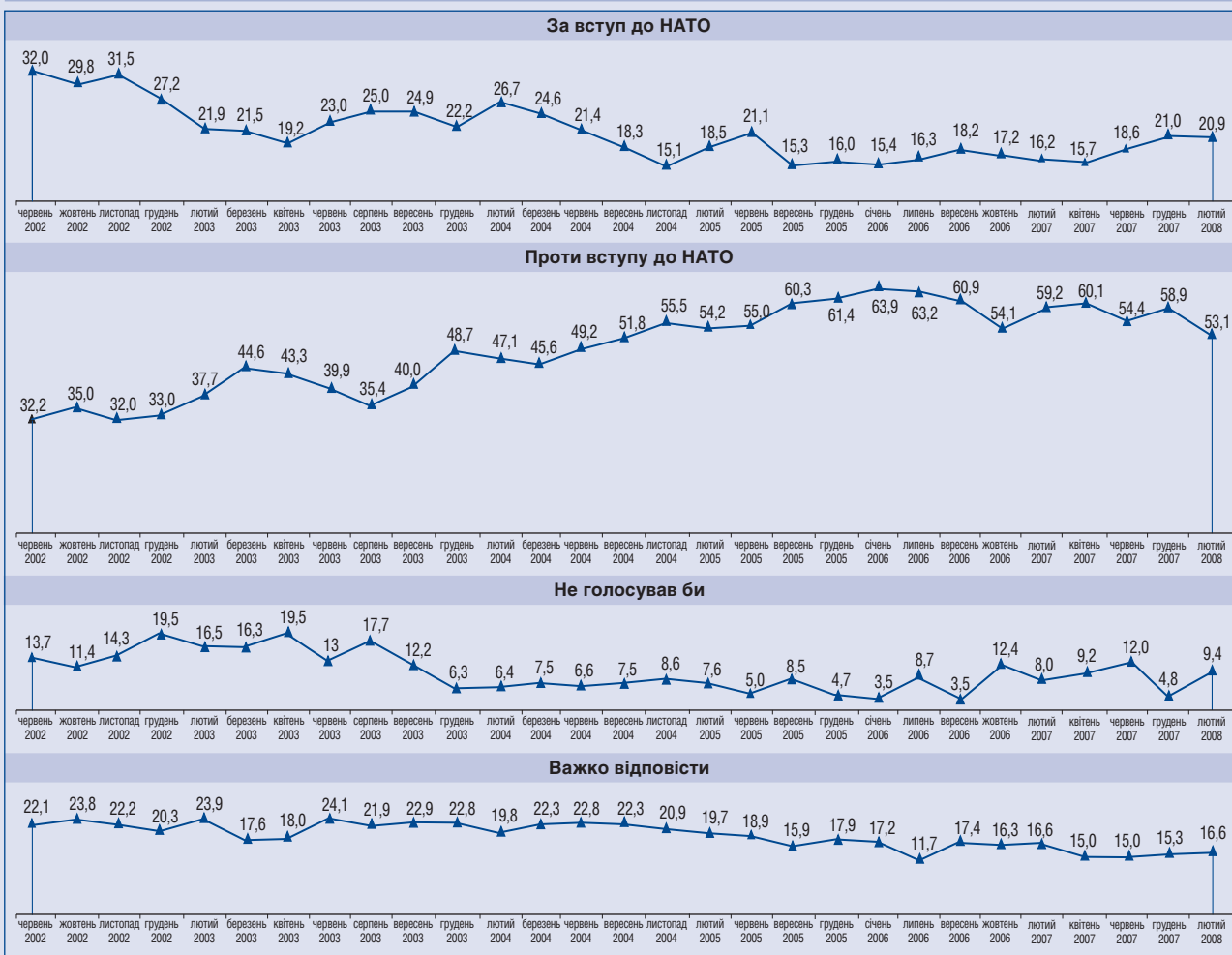
Яка інформація про ЄС була б для вас найбільш цікавою?*
% опитаних



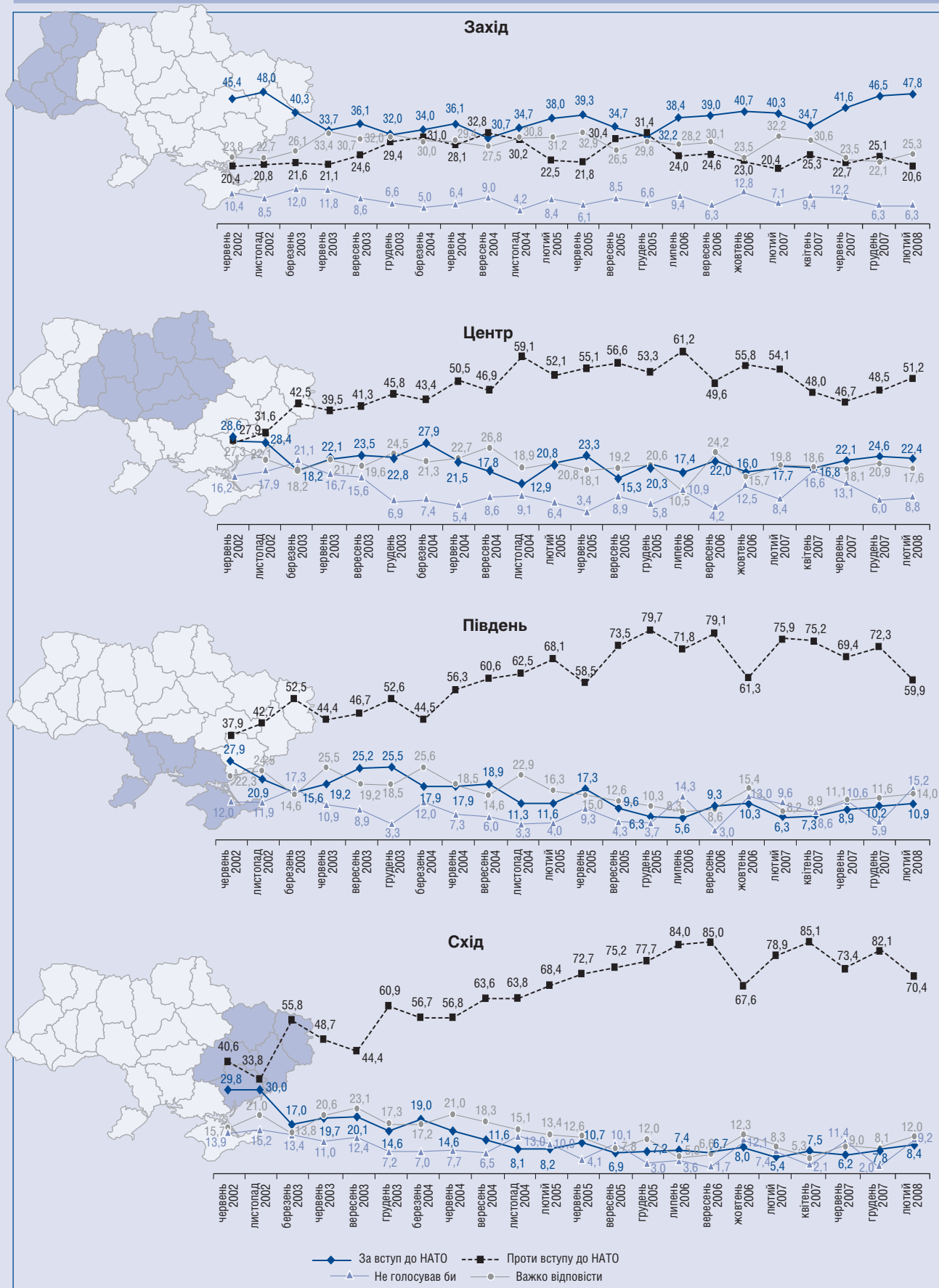
* Респондентам пропонувалося відзначити не більше трьох прийнятних варіантів відповіді.

ІНФОРМАЦІЙНА ПОЛІТИКА У СФЕРІ ЄВРОАТЛАНТИЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Якби наступної неділі відбувся референдум стосовно вступу України до НАТО, як би Ви проголосували?
% опитаних

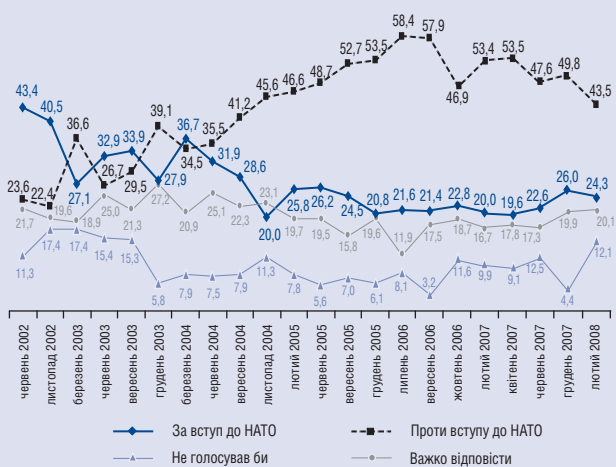


Якби наступної неділі відбувся референдум стосовно вступу України до НАТО, як би Ви проголосували?
% опитаних

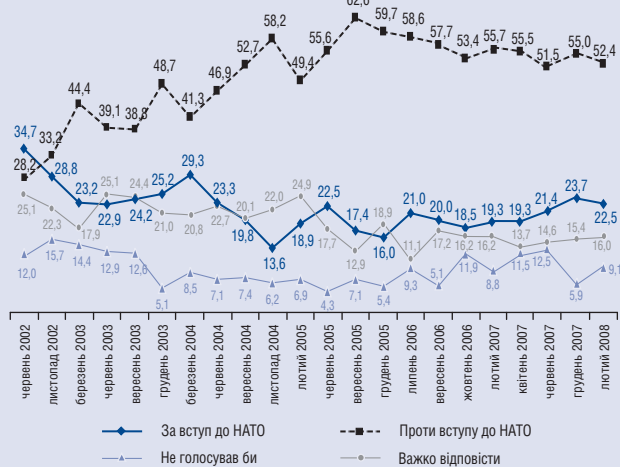


Якби наступної неділі відбувся референдум стосовно вступу України до НАТО, як би Ви проголосували?
% опитаних

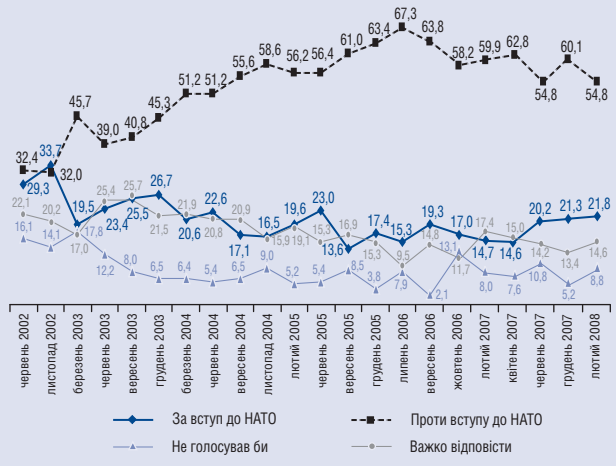
18-29 років



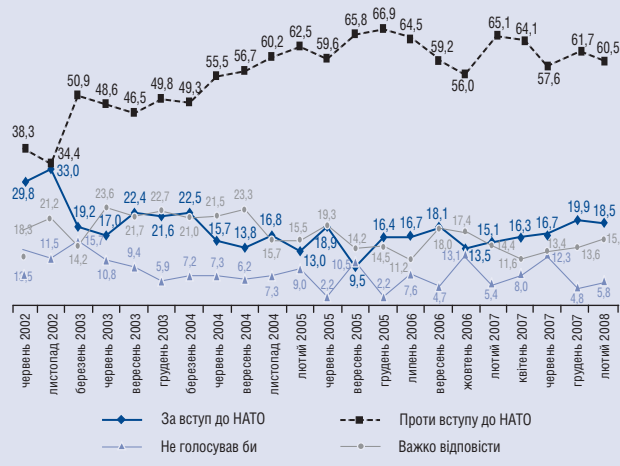
30-39 років



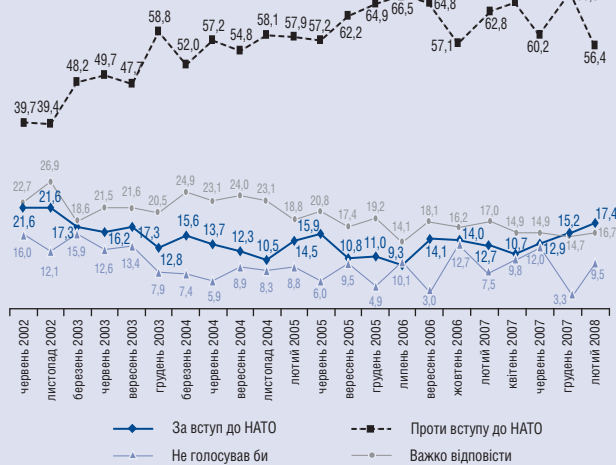
40-49 років



50-59 років



60 років і старші

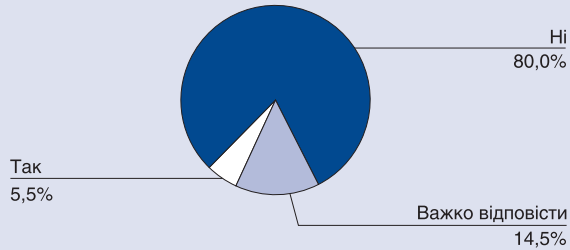


Як Ви ставитеся до вступу України до НАТО?
% опитаних

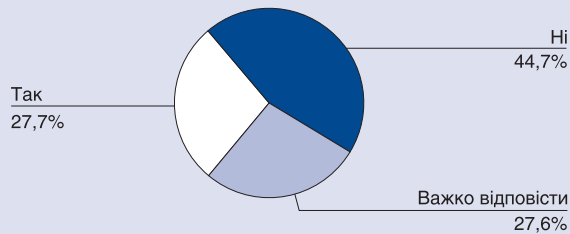


Лютий 2008р.

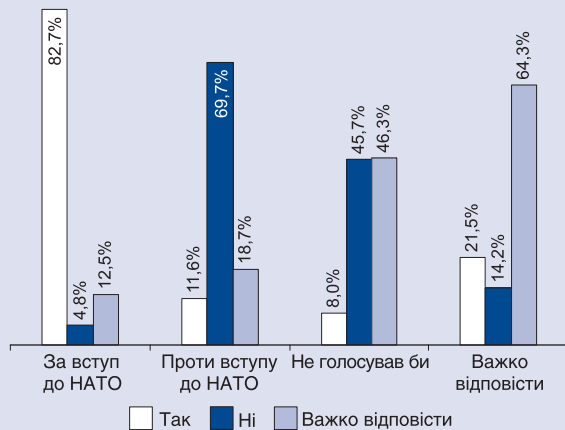
Чи могли б Ви змінити на краще своє ставлення до НАТО?
% респондентів, які висловлюються проти вступу до НАТО



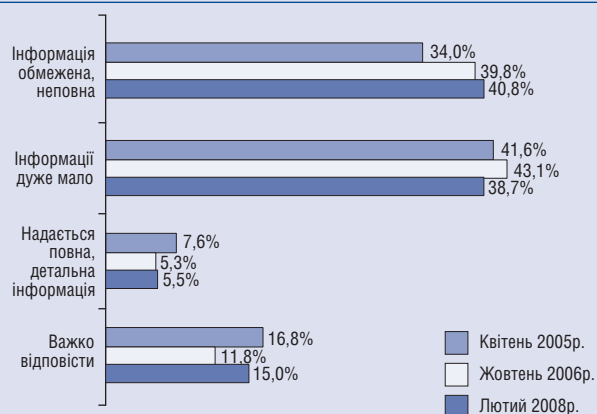
Якби Росія увійшла до складу НАТО, Ви б тоді підтримали вступ України до НАТО?
% опитаних



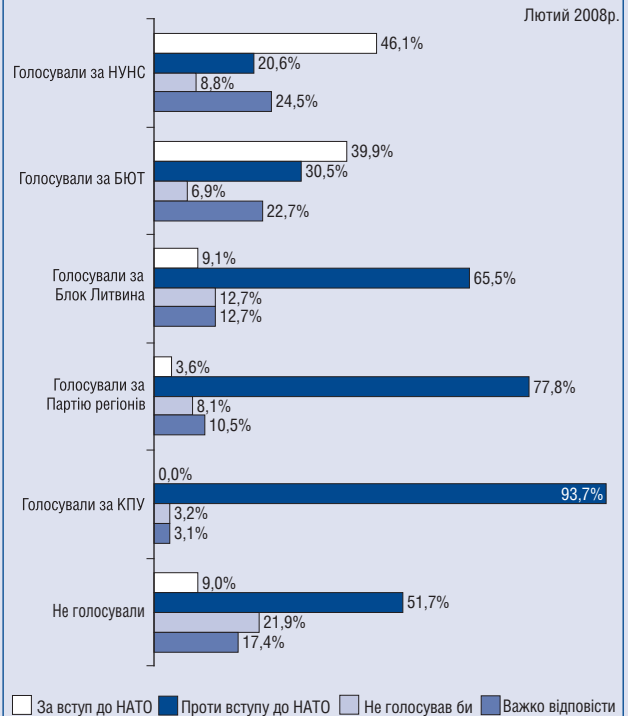
% опитаних, залежно від того, як голосували б на референдумі стосовно НАТО



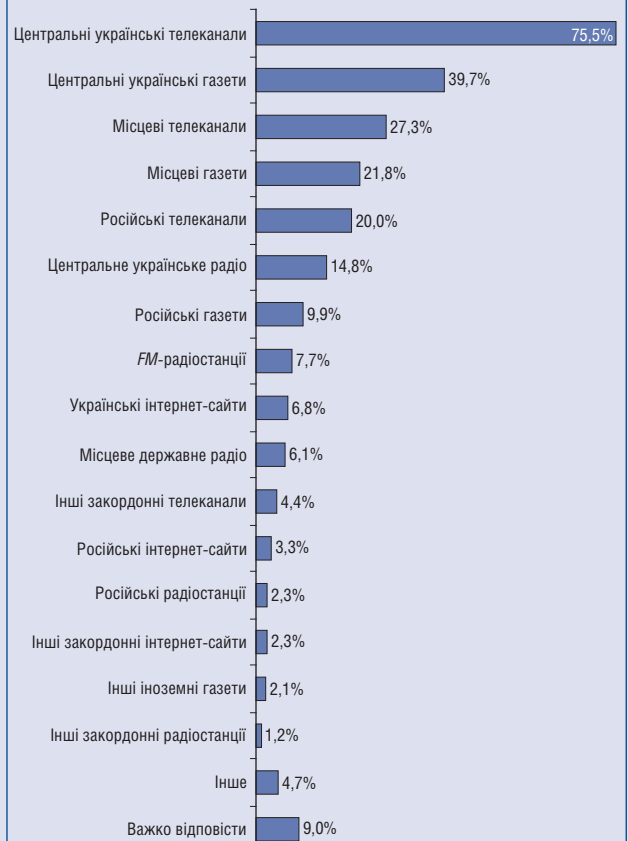
Як українські засоби масової інформації інформують про НАТО?
% опитаних



Якби наступної неділі відбувався референдум щодо вступу України до НАТО, як би Ви проголосували?
% опитаних, залежно від того, за яку політичну силу голосували на останніх парламентських виборах

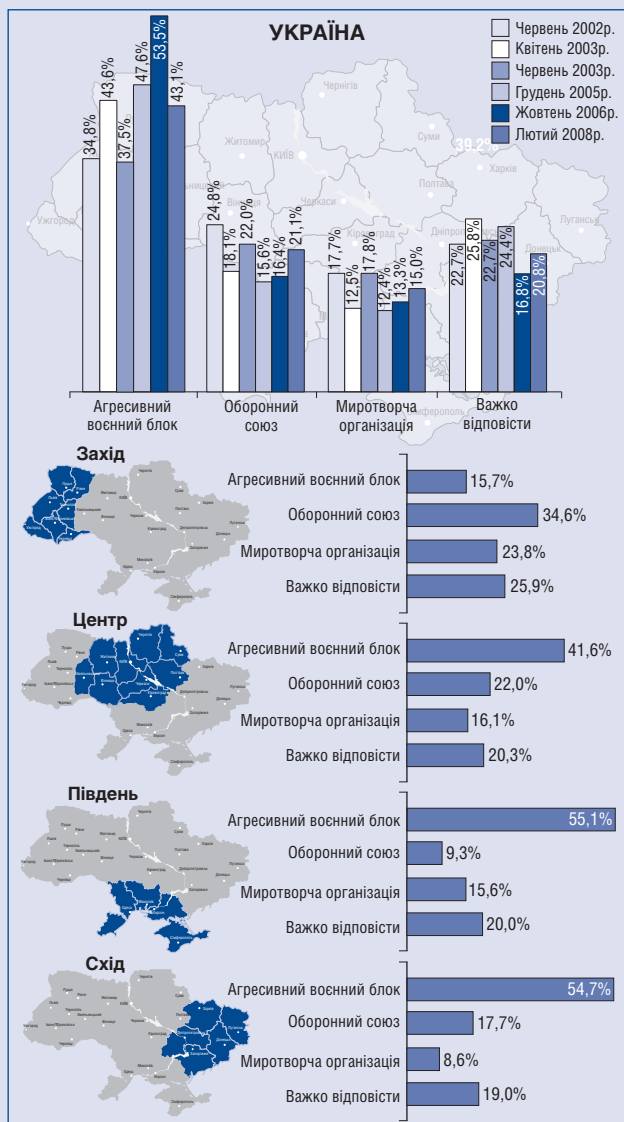


З яких засобів масової інформації Ви отримуєте інформацію про НАТО?*
% опитаних

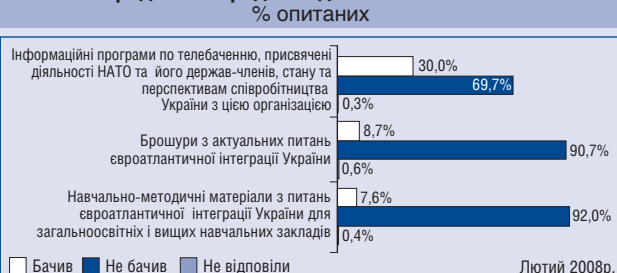


* Респондентам пропонувалося відзначити всі прийнятні варіанти відповіді.

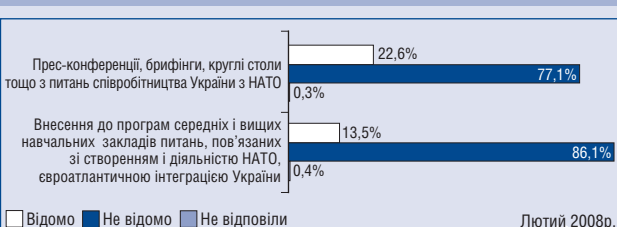
Чим є НАТО в першу чергу? % опитаних



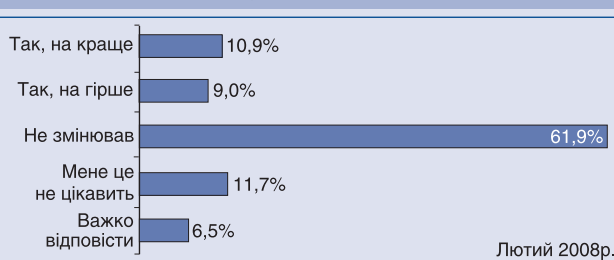
Державною програмою інформування громадськості з питань євроатлантичної інтеграції України на 2004-2007рр. передбачено ряд заходів. Чи бачили Ви...?



Державною програмою інформування громадськості з питань євроатлантичної інтеграції України на 2004-2007рр. передбачено ряд заходів. Чи відомо Вам про...?



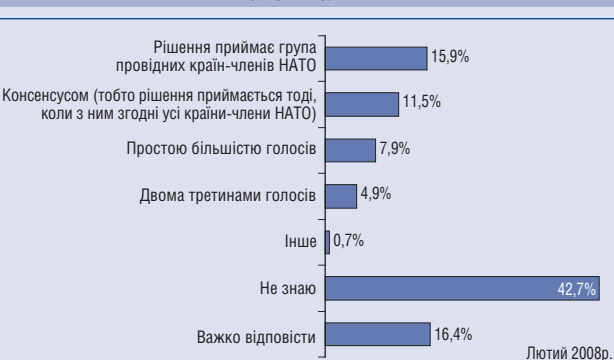
Чи змінювали Ви протягом 2004-2007рр. своє ставлення до НАТО?



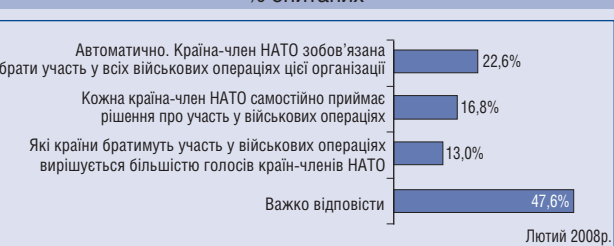
Якою мірою Ви поінформовані стосовно питань, пов'язаних з НАТО?

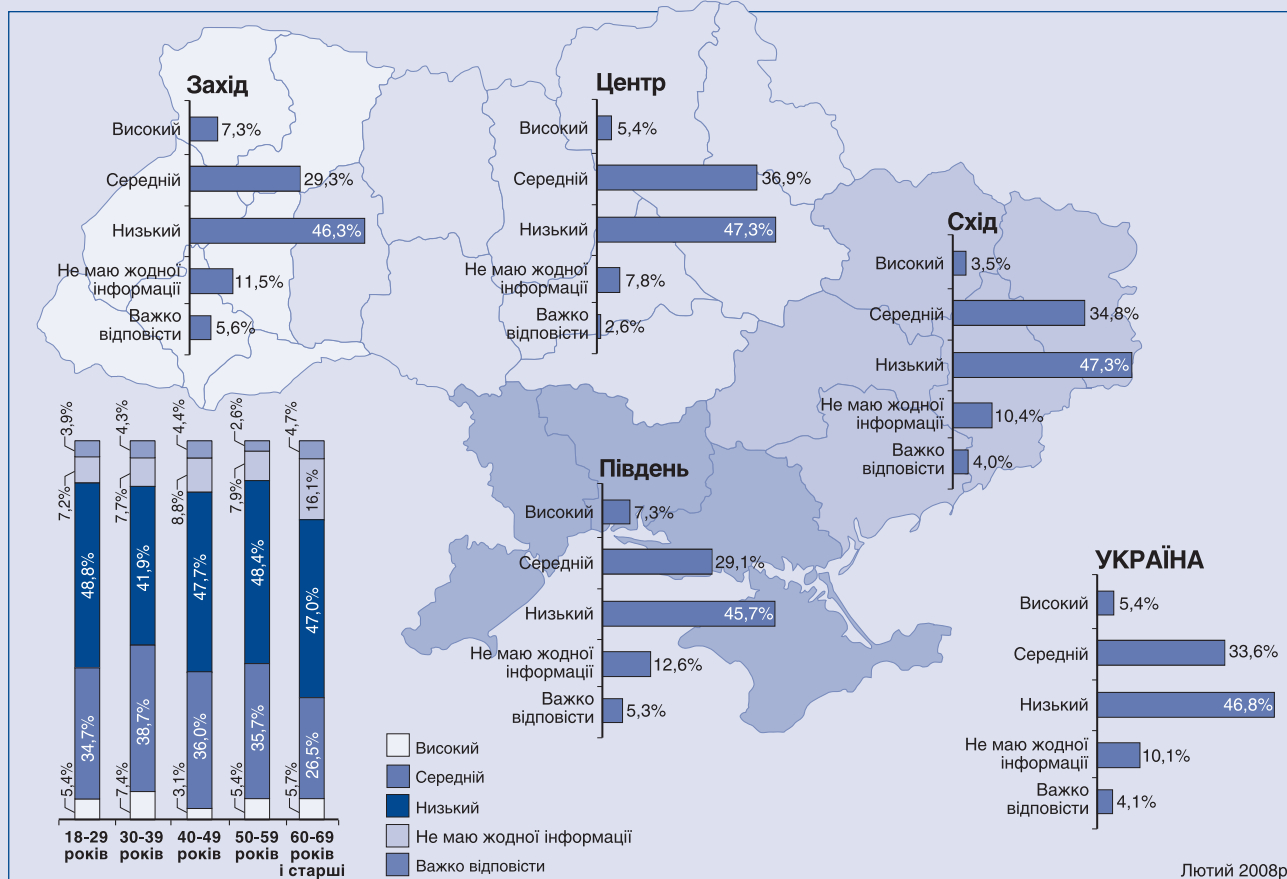


Яким чином приймаються рішення в НАТО?



Як вирішується питання участі окремої країни у військових операціях НАТО?



Оцінка рівня поінформованості про НАТО,
% опитанихЧи хотіли б Ви отримувати більше інформації про НАТО?
% опитаних

Лютий 2008р.

