

3.Вінніков О. Ю. Показники розвитку громадянського суспільства в Україні / О. Ю. Вінніков, А. О. Красносільська, М. В. Лациба / Український незалежний центр політичних досліджень. – К.: Агентство «Україна», 2012. – 80 с.

4.Копійка В. В. Європейський Союз: досвід розширення і Україна. – К.: Юридична думка, 2005. – 445 с.

5.Костюк С. Неурядові аналітичні центри в контексті реалізації євроінтеграційного курсу України// Схід. — № 5 (42). — 2001. — С. 50-54.

6.Кудряченко А. І. Європейський вибір України: досягнення, виклики та перспективи // Віче. — 2009. — № 16 (серпень). — С. 2–4.и в контексті реалізації євроінтеграційного курсу України// Схід. — № 5 (42). — 2001. — С. 50-54.

7.Пожидаєв Є. О. Неурядові організації в суспільнополітичному житті України: межі участі та пріоритети діяльності / Є. О. Пожидаєв // Стратегічні пріоритети. — 2007. — № 4 (5). — С. 19–26.

This article describes the scientific non-governmental organizations in Ukraine. In particular, non-governmental think hubs. Non-governmental think hubs make important contributions to the development of civil society in Ukraine. They are a great mediator between society and the state in matters of European integration. In particular, the following non-governmental organizations engaged in research, publishing analytical reports and articles, forums, seminars and conferences.

Keywords: non-governmental organizations, think tanks, civil society, state

В этой статье проанализировано неправительственные организации Украины. В частности неправительственные аналитические центры, которые делают важный вклад в развитие гражданского общества в Украине. Они являются отличным медиатором между обществом и государством в вопросах евроинтеграции. В частности, такие неправительственные организации занимаются проведением исследований, публикацией аналитических отчетов и статей, проведением форумов, семинаров, конференций.

Ключевые слова: неправительственные организации, аналитические центры, гражданское общество, государство

УДК-327(477)

ББК-66.4(4 Укр.)

Василь Шинкарук

ІНФОРМАЦІЙНА ПОЛІТИКА ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНОГО КУРСУ УКРАЇНИ

Важливим завданням зовнішньої та внутрішньої політики України є вектор Євроінтеграції. Безліч соціологічних опитувань останніх років свідчать про те, що суспільна думка із цього питання перебуває на стадії формування. Концепт європейської інтеграції в українському суспільстві набуває внутрішньополітичної актуальності та стає засобом внутрішньополітичної боротьби; за висловом А. Умланд, він профанується політиками. Питання європейської інтеграції розглядається через образ Європи, який піддається крайній ідеалізації або крайньому наплюженню, стає гаслом політичних баталій. Тематичні тренди євроінтеграції формують політики з конфронтуючих таборів. У гіршому разі, концепт європейської інтеграції стає цілковитим інструментом передвиборчих баталій, а медіа-холдинги використовують позитивні та негативні міфи й концепції щодо Європейського вибору відповідно до політичного іміджу, який створюється певній політичній силі. З огляду на сказане, напевно можна погодитися з розповсюдженою думкою про дефіцит інформації щодо аспектів євроатлантичної інтеграції в українському суспільстві. Скоріше, українське суспільство має надлишок тенденційної, протилежної за змістом інформації, а саме питання євроінтеграції є вкрай політизованим.

Ключові слова: зовнішня політика, європейська інтеграція, політичний імідж

Українські ЗМІ розподіляються на групи за трьома специфічними ознаками: організаційно-економічною, технологічною та концептуально-політичною. Так, на українському медіа ринку існують паперові видання (журнали та газети); електронні медіа широкого мовлення (, національне радіо, FM-радіомережі та телеканали);

електронні інтернет-медіа з швидким доступом до всієї інформації (електронні газети і журнали які включають функції обговорення матеріалів, соцмережі).

Концептуальна направленість конкретного видання обумовлюється складним комплексом причин і може бути визначена як більш складне явище, аніж направленість суто політична, або як репрезентація поточної позиції бенефіціарного власника медіа-групи. По-перше, певне відношення видання до проблеми інтеграції може бути наслідком упередженої редакційної політики, тобто, політичним вибором власника медіа і маркетинговою направленістю видання. У останньому випадку має місце позиція видання на вподобання конкретного цільового сегменту аудиторії та підігрівання його смакам і переконанням. По-друге, далеко не всі ЗМІ можуть самостійно створювати інформаційний продукт. Подібне завдання передбачає доступ до інформації а також наявність можливостей з її опрацювання. Як правило, це своя репортерська мережа та співпраця з аналітичними центрами. Видання, в яких немає зазначених можливостей, по більшій мірі є вторинним ретранслятором інформації та ідей передових масмедіа.

Яскравим прикладом "провідників" протилежних підходів до питання здійснення євроінтеграційного вектору політики України серед українських ЗМІ є тижневики "Дзеркало тижня" і "2000".

Із значними застереженнями до видань - концептуальних лідерів можна відносити і "Українську правду". Дане видання є повністю електронним, і поєднує в собі стрічку новин в режимі реального часу, безліч авторських блогів та читачькі форуми. Рівень певного видання залежить від якості написання у блогах, тому є нерівномірним. Таке медіа має достатньо високий рівень інтерактивності. Варто заувадити, що "Дзеркало тижня" та "2000" не надто заохочують своїх читачів он-лайн версій до коментування публікацій, зводячи його до цензурування коментарів до низки статей.

Провідні масмедіа України та інших держав Європи здебільшого виражають більш чи менш проєвропейську ("Українська правда", "Дзеркало тижня") або євроскептичну ("2000", "Версії") позицію. Особливістю національного інформаційного простору є те, що наявний євроскептичний сегмент доповнюється російськими медіа, особливо ТБ, що мають всі можливості у тій чи іншій формі поширювати свою позицію на українське суспільство.

О Гоцул пропонує аналітичну схему, міфи, які створюють українські масмедіа в сфері зовнішньої політики України. До таких можна віднести: міфи про НАТО та ЄС; міфи про українсько-російські відносини; міфи про можливість провадження Україною свого геополітичного простору, в центрі якої вона й буде; міфи про саму Україну тощо [3]

Відповідно до позиції видання ці міфи можуть мати позитивне або негативне забарвлення. Так, лейтмотивом позитивного міфу про ЄС є впевненість у здатності перенесення на український ґрунт європейських соціокультурних та економічних реалій у результаті європейської інтеграції; лейтмотивом негативного європейського міфу - така ж впевненість щодо автоматичного перенесення наявних або удаваних вад європейських суспільств у Україну; а також уявлення про ЄС як політичну систему нерівноправного устрою, де країнам Сходу Європи відведено місце вторинної території.

На практиці такі міфи є механізмом політизації суспільства. Концепт європейської інтеграції в українському суспільстві набуває внутрішньополітичної актуальності та стає засобом внутрішньополітичної боротьби; за висловом А. Умланд, він профанується політиками [5]. Питання європейської інтеграції розглядається через образ Європи, який піддається крайній ідеалізації або крайньому паплюженню, стає

гаслом політичних баталій. Тематичні тренди євроінтеграції формують політики з конфронтуючих таборів [4]. У гіршому разі, концепт європейської інтеграції стає цілковитим інструментом передвиборчих баталій, а медіа-холдинги використовують позитивні та негативні міфи й концепції щодо Європейського вибору відповідно до політичного іміджу, який створюється певній політичній силі. З огляду на сказане, напевно чи можна погодитися з розповсюдженою думкою про дефіцит інформації щодо аспектів євроатлантичної інтеграції в українському суспільстві [7, с. 11]. Скоріше, українське суспільство має надлишок тенденційної, протилежної за змістом інформації, а саме питання євроінтеграції є вкрай політизованим.

У цілому, українська журналістська спільнота не виявляє здатності чинити опір деструктивній політизації євроінтеграційного дискурсу. Вважається, що в українській журналістиці в "європейській" тематиці інформування переважає над аналітикою, а загальна якість присвячених Європі матеріалів визначається експертами як низька [6]. Така оцінка, на нашу думку, потребує корекції. У масових медіа (тобто, тих, що не є концептуальними лідерами суспільної думки) недостатньо інструментів для підтримання якісного контенту щодо європейської проблематики. Звідси - автоматичне відтворення стандартних стрічок новин світових агенцій і низькоякісна аналітика. Слідування стрічці новин, до формування якої вітчизняні медіа не причетні, має свої негативні наслідки. Українські журналісти змушені зосереджуватися на темах, які мають епатажні, шокуючі українську аудиторію риси. Як правило, детально висвітлюють окремі скандальні політичні та економічні ситуації, натомість у тіні залишаються теми, що зацікавили б українську аудиторію.

Подібний висновок знаходить підтвердження в низці досліджень і опитувань щодо якості вітчизняної журналістики в питанні європейської інтеграції. За оцінками самих членів професійної спільноти, теми євроінтеграції виявляються для журналістів надто складними; "журналіст, який пише на євроінтеграційні теми, обростає колом експертів" і не завжди може розібратися в перипетіях європейської суспільно-політичної та культурної ситуації [6].

Українські видання не мають інструментів, що дали б їм змогу європеїзувати власну інформаційну політику, досягти реального інформаційного діалогу Україна - Європа, як основи для вироблення більш відповідного реаліям національного порядку денного щодо європейської інтеграції. До таких інструментів належить, перш за все, наявність власних кореспондентів у країнах Європи. За умов їх відсутності, українські видання позбавлені можливості створювати власну стрічку новин, що відображала б дійсні інтереси аудиторії. Потік таких новин формується поза межами країни та не відповідає її інтересам і запитам на інформацію.

Підбиваючи підсумки варто зазначити, що висвітлення українськими медіа шляху країни до євроінтеграції формує і водночас відтворює міфологізоване уявлення про цілі та засоби європейської інтеграції. Українські мас-медіа виступають засобом політизації євроінтеграційного концепту та формують його як засіб внутрішньополітичного протистояння. Подібна практика не може бути міцною основою для формування національного консенсусу. Об'єктивно, редакційна політика провідних мас-медіа потребує перебудови на основі "націоналізації" інформаційного потоку щодо країн Європи відповідно до умов і запитів українського суспільства. Можна говорити про необхідність деполітизації редакційних політик з висвітлення європейської інтеграції України та про сприяння виробленню деполітизованого концепту Європи в суспільно-політичному дискурсі.

-
2. Горбик Р. О. Європейська інтеграція та європейська ідентичність у професійній культурі українських журналістів / Р. О. Горбик // Наукові записки Інституту журналістики. – 2013. – Т. 50. – С. 22-32.
3. Гоцур О. І. Стратегічна орієнтація України: міфологічний аспект проблеми / О. І. Гоцур // Медіакритика. – [Електронний ресурс] - Режим доступу: www.mediakrytyka.info/ohlyady-analytyka/stratichna-oriyentatsiya-ukrayiny-mifolohichnyy-aspekt-problemy.html
4. Гоцур О. І. Українське журналістикознавство в контексті євроінтеграційного процесу / О. І. Гоцур // Наукові записки Інституту журналістики. – 2008. – Т. 30. – С. 53-56.
5. Дорош М. Тема євроінтеграції в ЗМІ - не лише політика / М. Дорош // Media Sapiens. – [Електронний ресурс] - Режим доступу: osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/how_to/tema_evrointegratsii_v_zmi_ne_lishe_politika/
6. Дуцик Д. Чи допомагають медіа зрозуміти, навіщо нам у ЄС? [Електронний ресурс] - Режим доступу: osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/chi_dopomogayut_media_zrozumiti_navischo_nam_u_es/
7. Носова Б. М. Мас-медійне забезпечення політичних орієнтирів України в контексті Євроатлантичної інтеграції: автореф. дис... канд. наук із соц. комунікацій: 27.00.04 Носова Б. М. – К.: Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т журналістики, 2008. – 18 с.
8. Підлуська І. Роль ЗМІ у європеїзації України. Завдання на вчора / І. Підлуська // Роль ЗМІ у європейській інтеграції. – 2001. – С. 132-134.
9. Слабінська С. В. Роль української преси в процесі європейської інтеграції України / С. В. Слабінська // Наукові записки Інституту журналістики. – 2007. – Т. 29. – С. 67-71.
10. Ткаченко І. В. Проблемні питання європейської інтеграції України / І. В. Ткаченко // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Філософія. Політологія. – 2012. – Вип. 109. – С. 73-76.

Among the main tasks and functions of the Ukraine's foreign and domestic policy is the vector of the European integration. Many surveys of recent years show that public opinion has been fraiming. The idea of the European integration in the Ukrainian society is becoming of domestic relevance and is forming as a means of a political struggle, and accoroding to A. Umland , it is profaned by politicians. The European integration issue is observed through the Europe image which is exposed to either extreme idealization or extreme aspersion and becomes the motto of the political battles. Theme trends of the EU Integration policy are formed by the politicians of the opposing camps. In the worst-case scenario, the idea of the EU Integration policy is a complete tool of the electoral battles, and media holdings use both positive and negative myths and concepts regarding the European elections according to the political image which is created for a certain political force. Thereby, one can hardly agree with that public opinion about the lack of information on the Euroatlantic integration of Ukraine. Most likely, the Ukrainian society has excess both in biased and opposite information according to its content, namely the Eu Integration is highly politicized.

Keywords: foreign policy, European integration, political image

Важной задачей внешней и внутренней политики Украины является вектор евроинтеграции. Множество социологических опросов последних лет свидетельствуют о том, что общественное мнение по этому вопросу находится на стадии формирования. Концепт европейской интеграции в украинском обществе приобретает внутривнутриполитической актуальности и становится средством внутривнутриполитической борьбы; по выражению А. Умланд, он профанируется политиками. Вопрос европейской интеграции рассматривается через образ Европы, который подвергается крайней идеализации или крайнем осквернении, становится лозунгом политических баталий. Тематические тренды евроинтеграции формируют политики с противостоящих лагерей. В худшем случае, концепт европейской интеграции становится полным инструментом предвыборных баталий, а медиа-холдинги используют положительные и отрицательные мифы и концепции в отношении Европейского выбора в соответствии с политического имиджа, который создается определенной политической силой. Учитывая сказанное, вряд ли можно согласиться с распространенной мыслью о дефиците информации по аспектам евроатлантической интеграции в украинском обществе. Скорее, украинское общество имеет избыток тенденциозной, противоположной по смыслу информации, а именно вопрос евроинтеграции является крайне политизированным.

Ключевые слова: внешняя политика, европейская интеграция, политический имидж