

**ВІННИЦЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ МИХАЙЛА КОЦЮБИНСЬКОГО**

Факультет філології й журналістики імені Михайла Стельмаха
Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**ЄВРОІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ В ІНТЕРПРЕТАЦІЇ
СУЧАСНИХ МЕДІА**

Студента II року навчання 2ЖМ групи
Освітньої програми *Журналістика*
Галузі знань *06 Журналістика*
Спеціальності *061 Журналістика*
Ступеня вищої освіти *магістра*
Ковалю Ярослава Миколайовича

Науковий керівник: **Гальчак С.Д.**,
професор, доктор історичних наук

Розширена шкала

Кількість балів: ____ Оцінка ECTS ____

Голова Екзаменаційної комісії: _____
(підпис) (прізвище та ініціали)

Члени Екзаменаційної комісії: _____
(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Коваль Я. Євроінтеграція України в інтерпретації сучасних медіа: Спеціальність 061 Журналістика; Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського, Вінниця, 2023.

У кваліфікаційній роботі розглядаються питання інформаційної безпеки в умовах європейської інтеграції України та вивчається специфіка висвітлення питань євроінтеграції в мас-медіа. Встановлюються роль та функції засобів масової комунікації у формуванні громадської позиції аудиторії щодо вступу України до Євросоюзу. Вивчається питання державної політики в інформаційному просторі нашої країни. Проаналізовано особливості контенту про євроінтеграцію в періодичних виданнях «Голос України» та «День». Простежується характер розгляду в інтернет-ЗМІ питання співпраці з європейськими країнами. Досліджується специфіка подання інформації про європейську інтеграцію України на телебаченні та радіо.

Ключові слова: мас-медіа, ЗМІ, європейська інтеграція, інформаційна безпека, періодичні видання, радіо, телебачення.

ANNOTATION

Koval Ya. Ukraine's European Integration in the Interpretation of Modern Media: Specialty 061 Journalism; Vinnytsia Mykhailo Kotsiubynskyi State Pedagogical University, Vinnytsia, 2023.

The qualification work examines the issues of information security in the context of Ukraine's European integration and studies the specifics of coverage of European integration issues in the media. The role and functions of the mass media in shaping the public position of the audience on Ukraine's accession to the European Union are determined. The issue of state policy in the information space of our country is studied. The peculiarities of content on European integration in the periodicals «Voice of Ukraine» and «Day» are analysed. The

nature of consideration of the issue of cooperation with European countries in the online media is traced. The specifics of presenting information about Ukraine's European integration on television and radio are studied.

Key words: mass media, media, European integration, information security, periodicals, radio, television.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. Євроінтеграція України в інформаційній сфері	8
1.1. Європейська інтеграція України: інформаційна безпека.....	8
1.2. Специфіка висвітлення питань євроінтеграції в ЗМІ.....	23
РОЗДІЛ 2. Контент українських масмедіа в парадигмі євроінтеграції	39
2.1. Періодичні видання про євроінтеграцію.....	39
2.2. Європейська інтеграція України на телебаченні та радіо.....	52
ВИСНОВКИ	68
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	71

ВСТУП

Актуальність дослідження. Головним зовнішньополітичним пріоритетом України є євроінтеграція, кінцевим результатом якої є повноправне членство нашої країни в ЄС. Європейська інтеграція сприяє модернізації економіки, технологій, іноземного інвестування, підвищенню конкурентоздатності, експортуванню вітчизняних товарів та ін.

Формування громадської думки відбувається за допомогою масової комунікації, що здійснює функцію соціального контролю над масовою поведінкою, опосередковано впливає на свідомість окремої людини, формує соціальні стереотипи та використовує засоби маніпуляції. Відповідно важливим елементом масової комунікації постають мас-медіа, що фактично виконують роль медіатора в суспільних подіях, а тому завжди стоять у центрі уваги політиків. Засоби масової комунікації завдяки поширенню інформації та оприлюдненню фактів сприяють формуванню суспільної думки, забезпечують тиражування певних інформаційних смислів та кодів, конструюють навколишній світ, змінюють поведінку суспільства. Оскільки вступ до ЄС має потужний вплив на різні країни, тематика євроінтеграції України знайшла широке відображення в мас-медійному просторі.

Мета кваліфікаційної роботи – аналіз особливостей висвітлення теми євроінтеграції України в ЗМІ.

Завдання кваліфікаційної роботи:

- розглянути питання інформаційної безпеки в умовах європейської інтеграції України;
- вивчити специфіку висвітлення питань євроінтеграції в ЗМІ;
- проаналізувати особливості контенту про євроінтеграцію в періодичних виданнях;
- дослідити питання європейської інтеграції України на телебаченні та радіо.

Об'єкт дослідження – сучасні українські мас-медіа: газети «Дзеркало тижня», «День» та «Голос України», радіостанції «Байрактар» та «Армія FM», телепрограми «ТСН».

Предмет дослідження – євроінтеграція України в мас-медіа.

Методи дослідження. Під час дослідження ми використовували такі методи: метод системного аналізу для вивчення інтерпретації теми євроінтеграції України засобами масової інформації; узагальнення для з'ясування проблемних питань євроінтеграції в мас-медіа; метод порівняльного аналізу для розгляду ступеня відображення аналізованого питання в газетній публіцистиці, на радіо та телебаченні; контент-аналіз для дослідження текстів преси та радіо- й телепередач.

Джерела дослідження. Актуальні питання інтеграції України в ЄС вивчали В. Андрейко, С. Майстро, Ю. Палагнюк, Н. Пеллагеша, В. Резніков, В. Сіденко, С. Сургова, Л. Угрин, С. Шкірчак, Г. Щолокова та ін. Український сегмент ЗМІ та особливості медіаконтенту у висвітленні євроінтеграційних процесів досліджували В. Андрейко, В. Бабенко, Л. Вакулович, О. Гоцур, О. Гресько, М. Дзюба, Б. Носова, І. Осадца, В. Фісанов, Г. Хлистун та ін. Інформаційні та комунікаційні кампанії у сфері євроінтеграції аналізували О. Бондарчук, В. Брижко, В. Гладких, Н. Грицяк, О. Завадська, М. Зубарева, І. Ібрагімова, У. Ільницька, Н. Карпчук, Л. Коваленко, О. Мостіпан, В. Пилипчук, Х. Сухова, О. Хомерікі, В. Шинкарук та ін.

Наукова новизна кваліфікаційної роботи полягає в системному аналізі інтерпретації європейської інтеграції України в засобах масової комунікації за 2022-2023 рр.

Теоретичне та практичне значення одержаних результатів. Результати нашої роботи можуть бути застосовані під час вивчення журналістичнознавчих дисциплін «Проблематика ЗМІ», «Журналістський фах», «Теорія та історія публіцистики», «Інформаційні війни»,

«Країнознавство», а також під час написання курсових і кваліфікаційних робіт тощо.

Апробація результатів кваліфікаційної роботи.

Участь у II Міжнародній науково-практичній конференції «Current challenges of science and education» (Берлін, Німеччина, 16-18 жовтня 2023 р.).

Публікації. Оpubліковано одну наукову статтю.

Коваль Я. Специфіка висвітлення питань євроінтеграції в ЗМІ. *The 2nd International scientific and practical conference “Current challenges of science and education” (October 16-18, 2023, Berlin, Germany)*. Berlin : MDPC Publishing. 2023. С. 239-244.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, що містять 5 підрозділів, висновків та списку використаної літератури (50 джерел). Загальний обсяг роботи – 79 сторінок, основний текст викладений на 74 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ЄВРОІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ В ІНФОРМАЦІЙНІЙ СФЕРІ

1.1. Європейська інтеграція України: інформаційна безпека

Європейська інтеграція являє собою вагому частину політичного дискурсу країн-кандидатів, у тому числі й України. Питання євроінтеграції розглядається з різних ракурсів, де, окрім політичного, важливим стають інституційний, публічний та медійний виміри. ЄС стає загальноєвропейським та національним пріоритетом. В межах євроінтеграційного дискурсу говорять також про «європейський фреймінг» та «національний фреймінг» як контексти.

Це питання є особливо актуальним для України, котра стоїть на шляху реалізації зовнішньополітичного курсу країни, спрямованого на європейську та євроатлантичну інтеграцію. У контексті сучасних подій сусідні країни також дедалі більше усвідомлюють, що незалежність України є запорукою незалежності європейської спільноти. Прагматичний аналіз підкреслює, що найбільш актуальною функцією масової комунікації є формування громадської думки, свідомості індивідів та створення різноманітних соціальних стереотипів, якими можна маніпулювати та контролювати.

Міжнародна інтеграція, за визначенням Л. Угрин, – це «об'єктивне, складне й суперечливе явище, що розвивається у протистоянні з дезінтеграційними тенденціями у світовій системі, характеризується процесами об'єднання держав і народів для спільного розв'язання проблем та реалізації спільних цілей, супроводжується посиленням взаємозалежності між ними аж до злиття в єдине ціле, виникненням спільних інститутів та правових норм, що забезпечують функціональну ефективність» [57, с. 167].

З огляду на таку дефініцію міжнародної інтеграції О. Гоцур під європейським інтеграційним процесом розуміє «сукупність політичних та

економічних процесів внутрішнього та зовнішнього детермінізму з усіма наслідками на мікро- та макрорівні держави, які спрямовані на вступ України до Європейського Союзу та НАТО» [15, с. 42].

У євроінтеграційній тематиці важливим концептом є «європейська ідентичність». Це поняття поки що не має єдиного наукового пояснення та викликає певні дискусії, проте відіграє ключову роль у політичному дискурсі ЄС. Г. Щолокова визначає такі суперечливі питання щодо розвитку процесу європейської інтеграції:

«• процес подальшого поглиблення європейської інтеграції, зокрема шляхом переходу від економічного до політичного союзу: європейська ідентичність розглядається як важлива ознака наявності загальноєвропейського демосу;

• проблема підвищення демократичної легітимності ЄС та відхід від розуміння європейської інтеграції суто як проекту еліт;

• європейська ідентичність як чинник становлення наднаціональної публічної сфери ЄС, що являє собою дискурсивний простір, в рамках якого відбувається обговорення актуальних питань загальноєвропейського рівня;

• наявність європейської ідентичності як один із ключових чинників підвищення комунікаційної легітимності ЄС та, відповідно, подолання «комунікаційного дефіциту»;

• європейська ідентичність як один із критеріїв визначення «кордонів» (політичних, культурних, ментальних) Європи;

• євроскептицизм як принциповість позиції щодо неможливості існування спільної для всіх європейців ідентичності є важливим аргументом щодо недосконалості проекту «Об'єднана Європа»» [65, с. 95].

Д. МакКвел здійснив прагматичний аналіз та визначив, що «найбільш актуальною є функція соціального контролю над масовою поведінкою, тому масова комунікація спрямована на формування громадської думки, свідомості окремої особи, створення різноманітних соціальних стереотипів, які сприяють маніпулюванню й керуванню

суспільною свідомістю. Головною ланкою в масовій комунікації є засоби масової інформації, які фактично беруть на себе роль медіатора суспільно значущих подій» [42, с. 211]. Саме тому політична комунікація в усіх країнах здійснюється через ЗМІ, котрі здатні впливати на всі сфери суспільного життя, проваджувати тиражування потрібних інформаційних смислів та кодів. «Важливо усвідомлювати, що ЗМІ не розповідають про навколишній світ, а конструюють його; а саме модулюють суб'єктивне, неадекватне сприйняття дійсності, змінюють поведінку суспільства та ставлення до тих чи інших подій та явищ» [4, с. 151].

Євроінтеграційні явища для повноцінного функціонування передбачають наявність «транснаціональної спільноти комунікації», «у якій промовці та слухачі визнають один одного в якості легітимних учасників у спільному дискурсі» [72, с. 1]. Г. Щолокова визначає основні характеристики наднаціональної європейської публічної сфери:

«• її “недобудований” (у порівнянні із національними публічними сферами) характер;

• її сутність визначається дихотомією “нормативність – емпіричність”, критерієм розмежування яких виступає наявність/відсутність наднаціональної спільноти комунікації – тобто загальноєвропейського народу як носія колективної ідентичності;

• ефективне функціонування панєвропейської публічної сфери можливо розглядати лише в контексті її взаємодії із публічними сферами держав, що входять до складу ЄС» [65, с. 97].

Загальноєвропейські публічні явища вивчаються крізь призму емпіричних показників їх функціонування. Це такі: «(1) увага національних медіа до політики Євросоюзу, (2) схожість між висвітленням у медіа європейських питань у різних державах-членах, (3) комунікативний обмін між національними публічними сферами та (4) конструювання європейської ідентичності» [69, с. 13]. Варто зазначити, що

тут підкреслюється важлива роль мас-медіа у функціонуванні наднаціональної публічної сфери.

Кожна країна має свій інформаційний простір і це не залежить від зовнішніх чинників, форми правління або територіального устрою, проте останні впливають на змістову складову мас-медіа. О. Литвиненка зауважує, що «межі інформаційного поля зазвичай ототожнюються з географічними кордонами країни, охоплюючи національну територію, акваторію, повітряний простір, а також усі сфери життєдіяльності суспільства» [39, с. 66]. Так, ми можемо спостерігати таке явище, як різномірні подача однієї й тієї ж інформації різними ЗМІ декількох країн. Тут можна говорити про об'єктивну суб'єктивність, тому що кожна держава плекає свої інтереси. Проте з огляду на події в Україні з боку держави-агресора росії ми розуміємо, що така різномірність у подачі інформації може загрожувати національній безпеці.

Звертаючись до «Концепції (основ державної політики) національної безпеки України» [51, с. 5], прийнятої Верховною Радою України, де визначено поняття «національна безпека» та «національні інтереси», ми можемо говорити про найважливішу функцію держави – забезпечення національної безпеки, однією із складових котрої є інформаційна безпека. Остання «потребує свого забезпечення на державному рівні, оскільки протягом усієї історії розвитку людства інформація розглядалася як важливий військовий, політичний, економічний і соціальний фактор, що обумовлює розвиток держави, суспільства та особистості за конкретних історичних умов» [56]. Відповідно інтеграція України у світовий інформаційний простір сформує можливість достовірно висвітлювати факти про нашу державу, її суспільно-політичну ситуацію, воєнні злочини рф проти українців для громадян інших країн.

Інформаційна безпека стає передумовою якісної міжнародної комунікації, а тому дуже важлива для процесів євроінтеграції. В умовах війни проблема інформаційної та будь-якої іншої безпеки особливо

актуальна. «Ситуація у сфері безпеки, що складається під впливом сучасних динамічних процесів, основою яких є глобалізація, науково-технічний прогрес, інформатизація та посилення антропогенного навантаження на навколишнє середовище, супроводжується виникненням нових ризиків та загроз для людей» [47, с. 26].

Інформаційна безпека прописана у багатьох законодавчих документах та юридичних нормах, що стосуються цивільного, адміністративного, трудового, кримінального права тощо. «Стратегія України щодо приведення національного законодавства у відповідність до положень європейського і міжнародного права передбачає рух до реальної демократії, ринкового господарства та інформаційного суспільства, які базуються на засадах верховенства права та забезпечення прав і свобод людини» [49, с. 14].

У колективній монографії «Актуальні питання суспільних трансформацій в Україні: безпековий та євроінтеграційний виміри» за редакцією Ю Палагнюк та С. Шкірчака сформульовано засади для посилення національної безпеки, що має чітку ціль для формування суспільно-політичного розвитку нашої країни: «Динамізацію змін у сучасному світі, посилену модернізацію, особливості євроінтеграції, технічний прогрес, масштабну мілітаризацію різних сфер суспільного життя, проблеми гібридного протистояння, трансформації політичних режимів можна назвати передумовою для актуалізації проблематики “здорової спільноти” як основи громадянського суспільства» [1, с. 48-49].

Міжнародні правові стандарти в інформаційному просторі повинні імплементуватися у внутрішнє законодавство України задля інтеграції нашої країни у світовий ринок інформаційних товарів і послуг. Загальна декларація прав людини Генеральної Асамблеї ООН стверджує права громадян на пошук, отримання та розповсюдження інформації без обмеження кордонами. Відповідно європейський напрям розвитку України

зумовлює приведення законодавства до норм і принципів Європейського співтовариства, оскільки наша держава є суб'єктом міжнародного права.

Під час оновлення та модернізації чинної нормативно-правової бази, що регулює інформаційну політику України, доречним є перехід від традиційного регулювання інформаційних відносин, пов'язаних із діяльністю ЗМІ та засобів комунікації (преса, видавнича справа, радіо, телебачення) та інформаційних ресурсів та послуг (інформатизація, зв'язок, архіви тощо), до орієнтації на європейські стандарти щодо забезпечення інформаційних прав, свобод та інформаційної безпеки громадян, з використанням досвіду країн Європейського Союзу.

В умовах євроінтеграції України та протягом всієї незалежності нашої держави змінювались засоби масової комунікації, гостро поставало питання забезпечення свободи медіа та свободи слова, проводились акції по демократизації медіасистеми та впроваджувалось нове медіарегулювання. Ю. Палагнюк так коментує вказані процеси: «Це було потрібно для зміни системи засобів масової комунікації кожної країни від централізованих, підконтрольних медіа, що знаходяться під цензурою держави, до демократичних, незалежних і плюралістичних ЗМІ. Адже, однією з основ демократичної політичної системи є вільні медіа, які позбавлені будь-яких ідеологічних або політичних обмежень» [46, с. 162]. Звісно, формування нового медіарегулювання в стані євроінтеграції стало основою для творення демократичної держави та громадянського суспільства в нашій країні.

Як «четверта влада» мас-медіа мають бути незалежними від уряду та бути критичними до діяльності влади в країні. Засоби масової комунікації завжди відігравали стрижневу роль у політичному житті держави, оскільки допомагали громадянам встановити контроль над діяльністю політиків. Інтернет-медіа стали так званою «п'ятою владою». А це означає, що демократичне суспільство має викорінювати будь-яку цензуру та забезпечувати роботу вільних медіа, задля чого «необхідним є створення

відповідної нормативно-правової бази, що у сучасних умовах процесу євроінтеграції України потребує її адаптації до європейських стандартів в цій сфері» [46, с. 162].

Проте ми знаємо, обмеженню свободи медіа сприяють й інші фактори, до котрих можна віднести самоцензуру медійників, редакторів і видавців як внутрішній механізм контролю. Поширеним також є фактор економічного тиску на засоби масової інформації, адже ніхто не відміняв тривання ринкової економіки та не поліпшив низький соціально-економічний рівень життя людей в Україні, особливо в умовах повномасштабної війни, що триває вже півтора року.

Всі ці моменти насправді є дуже важливими та актуальними, тому що, за твердженням Ю. Палагнюк, «під час зміни централізованої системи соціалістичних мас-медіа на плюралістичну і демократичну медіа-систему приватизація ЗМІ виступала критично важливим процесом, адже свобода та незалежність мас-медіа означає створення різноманітного медіа-середовища» [46, с. 162]. У незалежній країні не може існувати державний контроль медіа-ринку, тому що це порушує стандарти вільної преси. Тут чудовим варіантом виходу з-під контролю є приватизація медіа-сектору та відхід від державної власності до інших її форм. Процеси демократизації в Україні сприяли приватизації спочатку друкованих засобів масової інформації, а потім поступово й аудіовізуальних. «У результаті в Україні, так само як і в країнах-членах ЄС, концентрація на медіа-ринку збільшується з кожним роком і, тим самим, викликає все більше занепокоєння у медіа-фахівців із приводу впливу цих процесів на якість мас-медіа, їх плюралізм та різноманіття, або усього вище переліченого разом» [46, с. 162].

Громадський дискурс в індустрії комунікації вимагає концентрації власності та контролю, що забезпечить вищу якість та більшу різноманітність засобів масової інформації. Тут Ю. Палагнюк вважає, що найбільш ваговою для власності на ЗМІ в сучасних реаліях життя «є

модель зв'язків між медіа-корпораціями та іншими важливими інститутами суспільства. ОБСЄ, інші міжнародні і вітчизняні організації, які займаються моніторингом свободи ЗМІ, відзначають, що концентрація власності на мас-медіа часто призводить до зменшення об'єктивності репортажу новин, а персональні або групові інтереси та думки домінують у більшості медіа-джерел» [46, с. 163]. Досвід Європейського Союзу та Ради Європи засвідчив можливість встановити баланс між комерціалізацією та концентрацією на мас-медійному ринку способом розвитку громадських засобів масової інформації. Зокрема, громадські інтернет-ЗМІ є важливою складовою мас-медійної незалежності, адже перш за все вони служать саме суспільству, захищають громадські інтереси, а не урядові чи політичні.

С. Майстро та В. Резніков також підкреслюють важливість інформаційно-мотиваційного механізму у провадженні державної політики щодо євроінтеграції: «Інформаційно-мотиваційний механізм є важливим напрямом державного впливу щодо підтримки реформ у сфері європейської інтеграції через інформаційну та мотиваційну складові шляхом: проведення органами державної влади регулярних брифінгів, прес-конференцій для представників засобів масової інформації та громадських організацій на теми поступу в процесі європейської інтеграції України; публікації урядових звітів про успіхи та актуальні проблеми у проведенні проєвропейських реформ; підготовки і публікації інформаційних матеріалів та підготовка і проведення інформаційних кампаній для підвищення рівня поінформованості широких верств населення про європейські цінності та стандарти щодо верховенства права та поваги до прав людини і основоположних свобод, забезпечення гендерної рівності та подолання дискримінації в усіх її формах та проявах; проведення за участю громадських організацій і бізнесових кіл публічних заходів для всіх цільових груп на тему європейської інтеграції; проведення

аудиту співпраці регіонів з ЄС, державами – членами ЄС та висвітлення результатів такої діяльності» [41, с. 21-22].

Комунікаційна політика є інструментом формування європейської ідентичності, інтеграції та демократії в ЄС та проходить у ряд етапів. Н. Карпчук визначила такі етапи:

«• розробка комунікаційної стратегії для донесення інформації зі специфічних питань, про події, ситуації конкретній аудиторії;

- аналіз комунікаційних переваг суб'єкта;

- імплементація комунікаційного плану відповідно до визначених інструментів та затвердженого плану з координацією зусиль усіх задіяних комунікантів;

- аналіз та моніторинг усіх заходів, їх ефективність та недоліки. До оцінки успішності можуть залучатися незалежні аналітичні центри, політичні аналітики, журналісти, громадськість тощо, які можуть запропонувати свої ідеї щодо покращення комунікативної інтеракції;

- інституалізація комунікаційної політики, тобто закріплення визначених норм комунікації, впорядкування каналів комунікації, подальше збалансування внутрішніх та зовнішніх потоків інформації» [34].

У кінці ХХ століття європейське журналістикознавство та політикознавство запропонували дефініцію «дуальної медіа-системи», що передбачає повноцінне співіснування як громадських, так і приватних медіа в одній площині. Звісно, ці типи засобів масової інформації суттєві мають відмінності щодо завдань, які вони виконують, щодо структуризації тощо. Тут також варто не забувати про їх конкурентність один з одним. Однак таке співіснування уможлиблює найкращий вибір для цільової аудиторії та підвищують рівень якості ЗМІ. Дуальна медіа-система в європейських країнах виникла не просто так і навіть не через розвинену демократію, а в результаті «зовнішнього тиску від появи зарубіжних приватних аудіовізуальних каналів та європейської медіа-політики» [46, с. 163]. Зараз дуальна медіа-система пропагується Євросоюзом для всіх

країн-кандидатів у ЄС, тому що це позитивно впливає на зміну державної політики.

Політичні переваги інтеграції України у ЄС В. Сіденко пов'язує зі «створенням надійних механізмів політичної стабільності, демократії та безпеки. Зближення з ЄС є гарантією, а виконання його вимог – інструментом розбудови демократичних інституцій в Україні» [53, с. 26]. В. Андрейко головною функцією євроінтеграції вважає консолідацію українського суспільства: «Традиційно в Україні були чіткі регіональні відмінності у ставленні населення до зовнішньополітичних пріоритетів. Новий формат відносин із ЄС – Угода про асоціацію – передбачає зміну як самої моделі, так і механізмів поглиблення двосторонніх відносин» [2, с. 51].

Євроінтеграційною загальнодержавною кампанією є тематичні Дні Європи в Україні, що відбуваються кожного року в третю неділю травня в Києві та деяких інших містах нашої країни «та передбачають інформування про Європейський Союз засобами, доступними та прийнятними для різних вікових категорій та соціальних верств населення. Ця інформаційна кампанія побудована за класичною моделлю, яка передбачає широке залучення аудиторії через сегментованість заходів, що розраховані на найрізноманітнішого глядача. У павільйонах країн-учасниць ЄС усі бажаючі можуть отримати інформацію про дані країни, їх культуру, економіку та шлях до вступу у Європейський Союз. Для молоді влаштовуються пізнавальні ігри та презентації, а також концерти за участі європейських та вітчизняних виконавців» [29, с. 39]. Інформаційна функція Днів Європи в Україні межує з культурно-просвітницькою, тому що тут відбуваються різноманітні виставки робіт та виступи європейських митців, презентації економічних досягнень тощо. Все це сприяє створенню позитивного іміджу ЄС, пропагуванню європейських цінностей та усвідомленню важливості євроінтеграції України.

Для євроінтеграційних процесів важливою є політична культура, що допомагає самовідновлюватись політичному життю соціуму. О. Гресько називає політичною культурою систему цінностей, «створених у процесі історичного шляху народу, це політична і правова компетентність суб'єктів політичного процесу та відповідна поведінка і ставлення цих суб'єктів до елементів політичної системи, політичного процесу» [19, с. 14]. Свобода слова як складова і ціннісний орієнтир політичного життя в кожній країні тлумачиться по-своєму, адже це залежить від національних звичаїв, традицій та аксіологічної системи. У багатьох країнах Європи на законодавчому рівні прописані права та особлива роль ЗМІ, що зберігає національні інтереси. Свобода слова та інформації в нашій державі гарантується Конституцією України (ст. 34), ст. 19 Загальної декларації прав людини, ст. 10 Конвенції про захист прав і основних свобод людини, Міжнародним пактом про громадські та політичні права.

Інформаційна продукція, вироблена в Україні, здебільшого споживається українською аудиторією. О. Гресько зауважує: «Поширення і обмін міжнародною інформацією на рівні європейських країн, а згодом і в межах міжнародного медіа-простору про те, що відбувається в житті суспільства певного регіону, є важливим фактором, що впливає на розвиток міжнародних політичних, економічних, культурних і релігійних взаємин України з іншими країнами Європи і світу» [19, с. 18]. Глобалізація та інтеграція сприяють трансформаційним процесам у суспільстві, динаміці розвитку ринкових відносин, а відтак і спрощенню «рівня комунікації в межах політика – преса – влада до інформаційних відносин в сфері ЗМК – аудиторія» [19, с. 19].

Рівень політичної культури і комунікації, створення інформаційної безпеки в межах збереження національного інформаційного простору є визначальними факторами трансформації українського суспільства, від яких залежить якість змістових і технологічних моделей трансляції і

висвітлення новин, а також перспектива інтеграції вітчизняної системи мас-медіа у світовий інформаційний простір [19, с. 19].

Формування нового інформаційного суспільства, на думку В. Андрейка, сприятиме скороченню шляху до ЄС. Дослідник визначає такі кроки реформування інформаційного простору: «По-перше, насамперед важливо, вивчивши досвід функціонування телемовних систем у країнах – членах ЄС, виробити ефективну модель українського ТБ, зокрема запровадження суспільного (громадського) телебачення. По-друге, вкрай нагальним є забезпечення відповідності української медійної законодавчої бази стандартам та документам Ради Європи і гармонізації з законодавством Європейського Союзу. По-третє, проведення широкомасштабної агітаційно-інформаційної національної кампанії, розроблення і запровадження програми інформування широких кіл громадськості щодо ситуації в ЄС, проблем і успіхів, що існують на шляху інтеграції України до ЄС, забезпечення доступу до європейських правничих, бібліографічних та інших інформаційних баз даних, створення Національного центру (банку) даних ЄС» [2, с. 55].

У єдиному інформаційному просторі України важливо дотримуватись норм права інформаційного законодавства. У суспільних інформаційних відносинах простежується стрімкий розвиток, зумовлений удосконаленням техніки, цифровізацією, технологій збору, обробки, зберігання та передачі інформації. Процеси міжнародної інтеграції зумовлюють інтерес до співвідношення права Європейського Союзу та національного права. Тут важливими стають Рекомендація № R (99)15 Комітету Міністрів державам-учасницям ЄС щодо заходів, які стосуються висвітлення виборчих кампаній у ЗМІ та Рекомендація № R (99)14 щодо нових комунікаційних та інформаційних послуг. О. Завадська так коментує ці документи: «Держави-учасниці Ради Європи закликаються запроваджувати в життя основні принципи універсальної громадської послуги і доводити їх до відома органів державної влади,

відповідних галузей промисловості та індивідуальних користувачів. (...) Рекомендація пропонує урядам європейських держав розробити фінансову стратегію в співробітництві з приватним сектором, забезпечуючи водночас панування справедливої конкуренції між різноманітними постачальниками комунікаційних та інформаційних послуг на рівні співтовариств» [27, с. 344].

Г. Красноступ відзначає, що «сучасний розвиток нашої країни в сфері інформаційного простору вимагає посилення ролі держави, зокрема у сфері нормативно-правового забезпечення, у процесі доступу громадян до реальної об'єктивної ситуації, гарантування захисту державного інформаційного простору від негативних, некоректних інформаційних проявів та впливів» [38]. Отже, владі важливо подолати цей комплексний підхід до вдосконалення нормативної бази щодо інформаційної політики. У цьому контексті необхідно активно використовувати передовий досвід країн Європейського Союзу щодо регулювання інформаційної політики для створення ефективних нормативних закладів. Такий підхід сприятиме досягненню більш високих стандартів забезпечення інформаційних прав і свободи громадян, а також забезпечити інформаційну безпеку нашого суспільства.

Однак, для повного забезпечення якісної інформаційної політики та розвитку інформаційного простору випускається оновлення існуючої нормативно-правової бази відповідно до міжнародних стандартів, враховуючи національний євроінтеграційний стандарт». Проте важливо розуміти, що навіть оновлена законодавча база інформаційної політики не може гарантувати якість та ефективність інформаційної політики держави. Основним чинником успішної реалізації прийнятих нормативно-правових актів є створення добре налагодженого механізму їх впровадження та виконання.

Інформаційний супровід європейської інтеграції в Україні відбувається разом із правовим регулюванням інформаційної політики.

Указ Президента України № 615/98 від 11 червня 1998 р. сформулював стратегію євроінтеграції нашої країни та визначив регуляторний інструмент державної комунікації. У Розпорядженні Кабінету Міністрів України «Про затвердження плану заходів щодо інформування громадськості з питань інтеграції України до Європейського Союзу на 2002 рік» від 30 травня 2002 р. регламентував інформаційні рубрики у різних засобах масової інформації (окремо в друкованій пресі, інтернет-медіа, телебаченні та радіо). У пізніших планах таких заходів за інші роки сформульовано чинники розширення інформаційної мережі в державах-членах ЄС. Важливим документом стала «Державна Програма інформування громадськості з питань європейської інтеграції України на 2004-2007 роки», де визначено «напрями та механізми інформування суспільства з європейських питань. Каналами передачі інформації щодо євроінтеграції України та діяльності ЄС широкій громадськості визначено: ЗМІ; веб-сайти органів державної влади, на яких розміщено відповідну інформацію; публічні заходи, зокрема День інформування з питань євроінтеграційних процесів, День Європи та дні держав-членів ЄС; брошури, довідники, наукові та публіцистичні праці тощо; навчальний процес (у школах та вузах, на курсах підвищення кваліфікації); інформаційні центри з питань європейської інтеграції; громадські читання. Згідно з ДППГ інформаційна діяльність спрямована на населення України в цілому, проте заплановані програмою заходи є засобом переважно придатним для інформування спеціалістів» [35, с. 122].

Такі вчені, як Хомерікі О., Гладких В., Мостіпан О. відзначають важливість Стратегії комунікації у сфері європейської інтеграції на 2018-2021 роки, що була схвалена Урядом України 25 жовтня 2017 року: «Цей документ містить детальний аналіз стану і проблем комунікації у сфері європейської інтеграції, визначає мету Стратегії, цільову аудиторію, суб'єктів залучених у процес, ключові принципи та форми реалізації, критерії її ефективності, джерела фінансування, механізми контролю, а

також очікувані результати. Стратегію потрібно розглядати як механізм підвищення ефективності здійснення процесів європейської інтеграції шляхом забезпечення її високої підтримки українським суспільством та у майбутньому набуття Україною членства в Європейському Союзі» [61, с. 79]. Ця стратегія адаптована під міжнародний досвід, у ній прописані методи впливу на громадськість, шляхи реалізації державної комунікативної політики, інструменти протидії дезінформації задля унеможливлення дискредитації стосунків України з Євросоюзом.

В Україні простежується тенденція до формування європейського інформаційного суспільства на основі сукупності політик країн-членів Євросоюзу. Перш за все це стосується радіомовлення та телекомунікацій, котрі зуміли вплинути на зміни в Європі: «По-перше, технологічні інновації сильно вплинули на потік інформації і стали фактором обговорення “демократичного дефіциту” ЄС і відірваності громадян єдиної Європи від процесу інтеграції, що Євросоюз намагається зараз ліквідувати. Крім того, потреби користувачів були змінені в результаті макроекономічного клімату та споживчої культури» [71, с. 433].

М. Зубарева вважає, що взаємодія влади та ЗМІ у більшості країн-членів ЄС здійснюється завдяки синтезу таких актуальних принципів: «1) невтручання державної влади в діяльність мас-медіа та у питання регулювання цієї діяльності; 2) таке регулювання здійснюється спеціальними колегіальними органами, які формуються з урахуванням інтересів якомога більшої частини політичних і соціальних сторін» [28, с. 169].

У посібнику «Інформаційна безпека України в умовах євроінтеграції» стверджується: «Інформаційна безпека також охоплює захист інформації, що стосується військового потенціалу та інших аспектів національної безпеки. Недостатній захист життєво важливих інформаційних ресурсів та інформаційних і телекомунікаційних систем може створити загрозу міжнародній безпеці» [40, с. 217]. У межах

інформаційного забезпечення національного захисту особиста інформація включає в себе боротьбу з кіберзлочинністю, що стає особливо актуальною проблемою безпеки для країн Європи через високий рівень комп'ютеризації різних сфер соціуму.

Отже, інформаційна безпека в євроінтеграційних процесах є запорукою міждержавного рівня довіри та сприяє розвитку демократичних засад нашої країни.

1.2. Специфіка висвітлення питань євроінтеграції в ЗМІ

Для приєднання до Євросоюзу кожна держава-кандидат проводить широкомасштабну комунікаційну політику задля поінформованості громадськості про переваги та недоліки вступу їхньої країни до ЄС. Статус України як країни-кандидата на сьогоднішній день передбачає довготривалу та відповідальну підготовку, адже триває війна з росією, що ускладнює процедуру євроінтеграції та міжнародні відносини. Н. Карпчук стверджує: «У цій ситуації невизначеності для нашої держави важливо зберегти таку потужну підтримку євроінтеграційних прагнень і позитивного ставлення до Європейського Союзу, яку демонструють громадяни України. Особливо цікавий досвід країн колишнього радянського табору, зокрема країн Центральної Європи (Словенії, Угорщини, Чехії, Словаччини, Польщі), які прагнули продемонструвати свій відхід від залежності від Сходу (колишнього СРСР і Російської Федерації) й орієнтацію на Захід (Європейський Союз). В усіх кампаній була своя специфіка, бо різною була інтенсивність антиєвропейських настроїв і різна історія відносин із ЄС. Проте урядам, Міністерствам закордонних справ, неурядовим організаціям удалося розробити вдалі комунікаційні кампанії, які призвели до схвального ставлення громадян до інтеграції держав у ЄС» [32, с. 6].

Консолідовану позицію українського суспільства щодо євроінтеграційної спроможності нашої країни формуються завдяки ЗМІ.

Засоби масової комунікації – це «сукупність сучасних каналів зв'язку (преса, телебачення, радіо мовлення, кіно, відео, Інтернет тощо), за допомогою яких поширюється різноманітна інформація у суспільстві. Формуючи громадську думку, засоби масової інформації, з одного боку, акумулюють певний інформаційний контент, а з іншого – впливають не тільки на свідомість, а й на вчинки, групові дії людей» [22, с. 80].

Концепція державної цільової програми інформування громадськості з питань європейської інтеграції України передбачає використання технік зв'язків з громадськістю у системі державного управління, «зокрема механізмів налагодження та утримання контактів із ЗМІ з метою забезпечення права громадян на інформацію про діяльність органів державного управління, їх залучення до прийняття управлінських рішень і формування громадської підтримки у процесі підготовки та реалізації державної політики, однак питання щодо їх застосування у сфері політики євроінтеграції України потребує додаткового розгляду» [36].

Права громадян на інформацію, передбачені Конституцією України, забезпечуються прозорістю влади. Одним із інструментів контролю за діяльністю влади, рівнем відкритості органів державної влади і прозорості їх діяльності є мас-медіа, котрі забезпечують поінформованість народу. Т. Слінько зауважує, що відкритість влади є шансом «для України встигнути до інформаційного відкритого суспільства, як до найбільш продуктивного, екологічного, яке забезпечує нову якість життя та нову мотивацію праці» [54, с. 176]. Відповідно такий підхід забезпечить пришвидшення євроінтеграційних процесів.

Європейське обличчя України формують засоби масової інформації. Сучасна преса інформує в рамках Східного партнерства про європейську та євроатлантичну інтеграцію, таким чином формуючи національну та світову громадську думку щодо нашої країни, її можливостей вступу в ЄС та НАТО. Мас-медіа як соціально-психологічний феномен спрямовують вектор вибору українцями інтеграційного курсу.

В.О. Гандзюк зазначає, що «національно-патріотичні акції протесту листопада 2013 р. – лютого 2014 р. стали знаковими в новітньому літописі Української держави та найбільшою проєвропейською демонстрацією в історії ЄС», а проукраїнські медіа стали рупором свободи і демократії [13].

І. Підлуська вважає, що мас-медіа повинні усвідомлювати свою роль як «сторожового пса» демократії, адже «обов'язок ЗМІ спонукати органи влади до більшої відкритості, ретельно слідкувати за виконанням владою взятих на себе зобов'язань щодо європейської інтеграції, і повідомляти громадськість про успіхи чи не успіхи влади на цьому шляху» [50].

А. Гощинський, аналізуючи новітні інформаційні технології, відзначає, що «вони дають можливість прискорити інтеграцію нашої країни у світове співтовариство» [18, с. 145].

Соціологічні центри України встановили за допомогою моніторингових досліджень, що на формування громадської думки щодо сфери євроінтеграції України мали вплив такі засоби масової комунікації: «місцеве та центральне телебачення – 63,9%; центральна й регіональна преса – 50,3%; Інтернет-джерела – 44,3%; матеріали аналітичних центрів – 42%; і насамкінець, радіоматеріали – 24,8%» [8, с. 10].

Н. Пелагеша акцентує увагу на ролі мас-медійного простору в основних механізмах політики європейської ідентичності, називаючи серед них такі: «впровадження європейського громадянства, наднаціональна символічна політика, інформаційно-комунікативний простір, освітня політика» [48, с. 15]. Тут можна говорити про те, що Європейський Союз цілеспрямовано здійснює вплив на громадськість країн ЄС.

Не дивлячись на систематичну політику ЄС, сьогодні й досі існує проблема комунікаційного дефіциту. Завдяки медіа комунікаційна політика має на меті створити позитивний імідж Євросоюзу для населення держав-членів ЄС «шляхом широкого їх інформування про його діяльність – особливо в контексті її безпосереднього впливу на життя європейців та їх залучення у процес прийняття рішень» [33, с. 194].

Таким чином, роль засобів масової інформації для формування загальноєвропейської ідентичності є досить вагомою як в Україні, так і на теренах Євросоюзу загалом. Передумовами успішної колективної європейської ідентичності є такі:

- конструювання у медіа-дискурсах загальноєвропейського “ми”;
 - використання національними медіа проєвропейських “точок відліку”;
 - фреймування питань як європейських (як “питань спільної долі”)
- [69, с. 18].

Учені зараз розробляють стратегію висвітлення у національних медіа питань щодо функціонування Європейського Союзу та інтеграційних процесів у нашій країні. С. Адам зазначає: «Пересічні громадяни ЄС залучаються до інтеграційного процесу через європеїзацію відповідних національних публічних сфер. Ця гіпотеза підтверджується тим фактом, що громадяни вважають їх національні, регіональні або локальні мас-медіа найважливішим та найбажанішим джерелом інформації щодо Європейського Союзу» [68, с. 10]. Наднаціональна публічна сфера не зможе розвиватись за умов відсутності або слабкості загальноєвропейських засобів масової інформації.

Курс на європейську інтеграцію стає комунікаційним викликом для країни-претендента. Комунікаційні стратегії держав-членів та держав-кандидатів мають на меті повідомити своїм громадянам, що відбувається процес євроінтеграції та про його наслідки, а також провести роз’яснення щодо термінів підготовки до такого членства та як відбувається процес переговорів. Комунікаційними заходами держав-членів, профінансованими в межах програми PRINCE, є такі: «1) пояснювати причини розширення для широкої громадськості, уключаючи вплив та виклики інтеграції; 2) сприяти діалогу на всіх рівнях суспільства між тими, хто розробляє політику, та громадськістю з питань розширення ЄС; 3) поширювати інформацію про країни-кандидати, щоб сприяти загальному розумінню

всього процесу; 4) пояснити зв'язок між темпами підготовки до членства й ходом переговорів» [70].

Кожне видання має свою концептуальну спрямованість, а також може транслювати наративи власника медіа-групи. Тут важливо пам'ятати про певні небезпеки, першою з котрих є те, що «певне відношення видання до проблеми інтеграції може бути наслідком упередженої редакційної політики, тобто, політичним вибором власника медіа і маркетинговою направленістю видання» [63, с. 106]. Тут також має місце підігривання вподобанням якоїсь певної цільової аудиторії, зважання на їх політичні переконання й смаки, що вже само по собі є необ'єктивним.

Також треба зважати на те, що не кожен засіб масової інформації здатен самостійно продукувати якусь певну інформацію. Тому задля підвищення рівня обізнаності громадян про європейську інтеграцію України держава має піклуватись про можливості отримання та опрацювання інформації недержавними медіа. Однак і самостійно видання дбає про свою репортерську систему та співпрацю з різноманітними аналітичними центрами. В іншому випадку медіа користується вторинною інформацією та є її ретранслятором.

У сучасних ЗМІ вітчизняні вчені спостерігають також тенденцію до спотворення фактів або розповсюдження всіляких міфів, пов'язаних із зовнішньою політикою нашої держави. Зокрема, О. Гоцур відносить до таких міфів «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» [16]. Однак не варто відразу говорити про негативне забарвлення такої інформації, адже залежно від позиції видання ці міфи можуть мати і позитивні конотації. В. Шинкарук наводить приклади полярного відтворення міфів про євроінтеграцію: «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 упевненість 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» [63, с. 107].

О. Гоцур вважає, що питання європейської інтеграції в українських ЗМІ «розглядається через образ Європи, який піддається крайній ідеалізації або крайньому паплюженню, стає гаслом політичних баталій. Тематичні тренди євроінтеграції формують політики з конфронтуючих таборів» [17, с. 55]. Сфера європейської інтеграції використовується як засіб передвиборчого впливу. Б. Носова зауважує, що «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, навряд чи можна погодитися з розповсюдженою думкою про дефіцит інформації щодо аспектів євроатлантичної інтеграції в українському суспільстві» [43, с. 11].

З 2013 року в нашій країні розвивається тренінгова на тему євроінтеграції система від громадських організацій для регіональних журналістів. Н. Грицяк зазначає: «Метою цих тренінгів було отримання практичних і теоретичних навичок нестандартного висвітлення теми європейської інтеграції» [20, с. 37-38]. Тренінги від Міжнародного Фонду «Відродження» для регіональних медійників на вказану тему сприяють формуванню практичних і теоретичних навичок з уміння нестандартно висвітлювати процеси євроінтеграції. Журналісти на цих заходах вчаться аналізувати та обробляти інформацію відповідно до сучасних потреб аудиторії, ознайомлюються з внутрішніми аспектами і стандартами життя ЄС, отримують конкретні кейси щодо роботи в різних сферах (економічній, соціальній, культурній, екологічній, релігійній тощо), вивчають актуальні питання співробітництва України з Європейським Союзом.

Під час висвітлення питань євроінтеграції у ЗМІ можна використовувати технологію «Plain Language», завдяки котрій громадяни різних країн можуть отримувати інформацію доступною для нього мовою. Застосування підходу інфотейнменту з розважальними елементами, подкастами чи веденням блогів зробить спектр інформації про європейську інтеграцію більш широким.

Інформаційну кампанію щодо євроінтеграції можна вважати важливим компонентом процесу інтеграції України до Євросоюзу. ЗМІ покликані інформувати громадськість про ЄС, формувати власну позицію щодо потреби вступу та показу позитивних переваг членства в європейській конфедерації. Вагомою інформаційною кампанією можна вважати Дні Європи в Україні, що проводяться на загальнодержавному рівні в третю неділю травня.

Воєнні дії в Україні з боку російської федерації не тільки привернули увагу до горя в нашій країні, а й стимулювали світову громадськість до ознайомлення з нашою культурою, вивчення історії демократичних рухів, колоніальних та патріархальних процесів. Відповідно в інформаційний просторі сформувалася потреба в жіночій видимості. Важливим фактором для євроінтеграції України став суспільно-політичний рух Femen, що співпрацював із дочірніми філіалами цієї жіночої організації в країнах Євросоюзу. Відтак, висвітлення естетичних та ідеологічних принципів Femen відбувається не тільки у вітчизняних, а й у світових мас-медіа. В. Бабенко стверджує, що «це стосується того, що жіночий перформанцистський рух став лакмусовим папірцем, що визначав для медіа те, як реагувати на явища суспільно-політичного життя, якщо у їхній репрезентації представлені виражені маркери тілесності. Особливо, якщо ці маркери асоціюються в масовій свідомості із сексуалізацією, через що стають дієвим подразником для масової свідомості. А це створює можливості для маніпулювання тими чи тими сенсами та навіювання оціночних суджень у конструюванні медіареальності» [5]. Так, завдяки

ЗМІ учасниці Femen у серпні 2013 року привернули увагу багатьох країн до подій на Євромайдані.

Оскільки мова є живим організмом, що постійно перебуває у розвитку, змінюється якісно й кількісно, впливає на розвиток суспільства та здійснює зв'язок між поколіннями, це відбивається також і в мові мас-медіа. Як відомо, процес творення неологізмів продовжується завжди, просто інноваційна лексика в певний період починає вважатися загальноновживаною. Явище євроінтеграції в Україні також зумовило появу нових слів, адже всі політичні, економічні, науково-технічні або культурні зміни в суспільстві відразу позначаються на мові. Серед лексем-неологізмів, що семантично пов'язані з процесами європейської інтеграції та зараз є поширеними в засобах масової інформації, Л. Вакулович виділяє такі різновиди:

«новотвори – відомі морфемі виступають у незвичних поєднаннях, утворюючи слова із зовсім новими значеннями: *етнополітика, правоцентристський, деолігархізація, деокупація;*

власне неологізми – слова, із рисами абсолютної новизни як форми, так і змісту: *брифінг, коаліція, омбудсмен;*

семантичні неологізми – вже наявна у мові лексема, яка розвиває нове значення: *нормандська четвірка, стратегічна сімка, політичний притулок;*

текстові інновації – пов'язані з усвідомленням соціально-політичних процесів, що відбуваються у світі, але проте не мають статусу потенційно кодифікованих: *коаліціант, опоблоківці, кнопкодавство;*

оказіоналізми – слова, що утворюються за наявними в мові моделями, але не вживаються у загальноновживаному словнику (авторські неологізми): *україноментальність, олігархіада, золотобатонник»* [9, с. 14].

Європеїзація нашої країни стосується всіх сфер – і суспільної, і духовно-культурної, і предметно-побутової. Це можна простежити на

прикладі виникнення нових слів (єврокредит, євროзона, єврочемпіонат, євротурнір, євродопомога, євроекономіка, євросервіс та ін).

Т. Веремчук провела спеціальне дослідження щодо стилістики та бажаних аспектів медіависвітлення тематики Європейського Союзу та зробила висновки, що «більшість респондентів вважають “зрозумілість” медіатекстів невід’ємною і основною рисою у даній тематиці: за “доступність викладу, заміну складних понять простими” як пріоритетну категорію висловилося 48% респондентів» [10, с. 136]. Такі результати засвідчують те, що мас-медіа в інформації про євроінтеграцію мають послуговуватися тими лексичними одиницями, значення котрих є загальноприйнятим та зрозумілим для всіх верств населення. В. Владимиров стверджує, що «це пов’язано з тим, що кожний текст ЗМІ має відповідати тезаурусу, фоновим знанням та загальній комунікативній підготовці аудиторії» [12, с. 14]. Медійники, послуговуючись неологізмами або специфічними термінами, обов’язково повинні давати тлумачення цих слів задля збереження читацького інтересу. Матеріали про Євросоюз мають бути влучними, точними, коректними, логічними, послідовними у своєму викладі, а також чітко структурованими, адже саме так можна забезпечити якісну євроінтеграційну комунікацію.

Досліджуючи стилістику медіаматеріалів про Європейський Союз, Т. Веремчук відзначає, що одна з основних їх проблем «полягає у відсутності усталеного перекладу понять, термінів та власних імен євролекту в мові українських мас-медіа, що, власне, і спричиняє неясність тексту» [10, с. 136]. Так, інколи немає влучного перекладу певного словосполучення чи терміна, тому медійник вдається до власного вигаданого перекладу і подає інформацію в адаптованому варіанті задля легкого сприйняття співвітчизниками. В. Єрмоленко з цього приводу зазначає: «Навіть засадничі поняття сучасного західного суспільства в Україні стикаються з проблемами перекладу: наприклад, такі поширені в медіа слова, як *public*, *civil*, *sustainable*, *common interest*, *rule of law*,

research, nation, media, Macht, мають свій горизонт значень, який часто не збігається зі смислами, що їх у них вкладає мова-сприймач» [25, с. 64]. Але тут можна також говорити про гіперболізовану захопленість журналістами європеїзованим жаргоном.

З початком війни в Україні українці стали більше довіряти Євросоюзу та зростає загальнонаціональна тенденція євроінтеграції. Інформаційно-комунікаційна кампанія теж набирає темпів. Н. Карпчук виділяє 9 позитивних практик комунікаційних стратегій для нашої країни на основі досвіду Словенії, Угорщини, Словаччини, Польщі та Чехії.

«1) цільовими групами інформаційно-комунікаційних кампаній обрати громадськість, лідерів думок, фермерів і сільське населення, молодь, етнічні меншини, незацікавлених громадян, людей з особливими потребами» [32, с. 15]. До кожної із зазначених груп потрібно підбирати різні комунікаційні стратегії, по-різному подавати інформацію відповідно до соціальних очікувань самої кампанії. Цільова аудиторія повинна правильно відреагувати на процес євроінтеграції.

«2) варто акцентувати увагу на основному чіткому меседжі – “так європейській інтеграції” на тлі загального інформування про переваги та недоліки приєднання до Спільноти» [32, с. 15]. Це робиться для того, щоб не піддавати сумніву процес євроінтеграції та сприяти позитивному ставленню до нього.

«3) в Україні дещо схожа проблема, яка була в Словаччині: “Чи хоче ЄС прийняти Україну?”. Потрібно просувати ідею, що під час Революції гідності впродовж майже восьми років неоголошеної війни РФ проти України й кровопролитної повномасштабної війни з 24 лютого 2022 р. Україна бореться за й захищає європейські цінності» [32, с. 15]. Українці зміцнили свою думку щодо євроінтеграції завдяки воєнним подіям, адже членство в ЄС змогло б попереджати воєнні вторгнення в нашу країну.

«4) медіа, особливо регіональні та місцеві, повинні зробити питання євроінтеграції України топ-темою. Документальні фільми про життя в нових державах-членах повинні транслюватися в прайм-тайм (особливу увагу доречно звернути саме на країни Східної Європи, які не так давно стали членами Союзу)» [32, с. 16]. Популяризація таких фільмів може відбуватися завдяки засобам масової інформації, освітньому процесові та загальнонаціональною тенденцією євроінтеграції.

«5) створити безкоштовну телефонну лінію, завдяки якій громадяни могли б задавати урядовцям будь-які важливі питання, що стосуються вступу до ЄС, висловлювати свої думки та ідеї, замовляти видані публікації про ЄС, про вступ до ЄС, про відносини України і ЄС тощо» [32, с. 16]. Така практика мала б дуже позитивний ефект для осіб похилого віку, які менше користуються інтернетом та не вміють правильно відбирати офіційну інформацію серед тисячі джерел.

«6) запустити сайт (наприклад “Україна – це Європа”), де була б доступна вся інформація про процес вступу. Сайт міг би відсилати до інших сайтів з інформацією про ЄС, його політики, наслідки інтеграції для пересічних громадян» [32, с. 16]. Такий гіпертекст на офіційному сайті уможливив би громадянам доступ до тієї інформації, котрої бракує окремому індивіду, а також був би профілактикою дезінформації та фейків різного роду.

«7) поширювати різноманітні яскраві якісні друковані матеріали для лідерів думок, брошури для дітей і молоді, листівки на різноманітні теми євроінтеграції з особливим акцентом впливу змін на громадян; буклети запитань-відповідей» [32, с. 16]. Тут також важливий окремий підхід до різної цільової аудиторії, де навіть віковий критерій має значення.

«8) коли закінчиться війна й дороги України будуть знову безпечними, розпочати практику “Євробусів”, які б курсували всією Україною, особливо в найвіддаленіші куточки, не обмежуючись обласними й районними центрами» [32, с. 16]. Для українців така практика

була б зовсім новою та незвичною, а тому це могло б ще більше привернути увагу громадян до євроінтеграційних процесів в Україні.

«9) рекламні ролики на телебаченні соціального спрямування про зміни в житті пересічних українців від вступу до ЄС (за прикладом Польщі) і підкреслювати ідею боротьби за європейські цінності, повернення в європейську сім'ю, цивілізований вибір українців, остаточний розрив і вихід із-під імперського впливу Росії» [32, с. 16]. Зараз рекламна кампанія такого роду мала б дуже потужний вплив, оскільки війна багато в чому сприяла розвиткові антиколоніального дискурсу.

Ще одним важливим поняттям для нашого суспільства є відповідальність мас-медіа. Оскільки політичний процес в Україні є суперечливим та дуже складним, то ЗМІ продовжують залежати від влади, якихось політичних партій або комерційних організацій. І якщо ми говорили про здатність консолідації засобами масової інформації, то маємо зважати також і на можливість дезінтеграції суспільства, що в умовах воєнного стану в країні може призвести до дуже тяжких наслідків.

Б. Носова вважає, що дефіциту інформації про євроатлантичну інтеграцію в нашій країні немає: «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» [44, с. 11].

Загалом, журналістське співтовариство України не завжди успішно долає деструктивну політизацію євроінтеграційного дискурсу. Здається, що в українській журналістиці, особливо коли йдеться про тему «європейської» інтеграції, інформаційна діяльність домінує над аналітичною. Загальна якість матеріалів, приурочених до європейських питань, іноді оцінюється експертами як недостатньо якісні. На нашу думку, така оцінка може потребувати перегляду. У масових медіа, особливо тих, які не є концептуальними лідерами громадської думки, іноді

бракує деяких ресурсів та інструментів для створення якісного контенту щодо європейської проблематики. Це можна призвести до автоматичного повторення стандартних новинних повідомлень від світових агентств і недостатньої якості аналітичних матеріалів. Бажано вдосконалити якість і глибину аналітичного підходу в журналістиці.

В. Шинкарук вважає, що 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 відображувала б дійсні інтереси аудиторії. Потік таких новин формується поза межами країни та не відповідає її інтересам і запитам на інформацію» [63, с. 107].

Таким чином, українська журналістська спільнота не завжди успішно справляється з деструктивною політизацією євроінтеграційної дискусії. Складається враження, що в українській журналістиці, особливо коли йдеться про теми «своєї» інтеграції, інформаційна діяльність переважає над аналітичною. Часто загальна якість матеріалів на європейську тематику оцінюється експертами як недостатньо висока. Ми вважаємо, що ця оцінка, можливо, потребує перегляду. ЗМІ, особливо ті, які не є концептуальними лідерами громадської думки, іноді не мають більшості ресурсів та інструментів для створення якісного контенту на європейську тематику. Це може призводити до автоматичного повторення стандартних новинних повідомлень від глобальних агентств та недостатньої якості аналітичних матеріалів.

Проте для успішного наближення до Європейського Союзу та формування нового інформаційного суспільства, необхідно вжити рішучих заходів в галузі інформації. Ось, принаймні, чотири ключові кроки. По-

перше, важливо вивчити досвід функціонування телемовних систем у країнах-членах ЄС та розробити ефективну модель для українського телебачення, включаючи можливе впровадження суспільного телебачення. По-друге, є основною потребою у відповідності української медійної законодавчої бази стандартам та документам Раді Європи, а також гармонізації її із законодавством Європейського Союзу. По-третє, варто активно сприяти розвитку громадянської журналістики та інформаційної грамотності, зокрема в шкільних програмах, для підготовки суспільства до інформаційної епохи. По-четверте, «проведення широкомасштабної агітаційно-інформаційної національної кампанії, розроблення і запровадження програми інформування широких кіл громадськості щодо ситуації в ЄС, проблем і успіхів, що існують на шляху інтеграції України до ЄС, забезпечення доступу до європейських правничих, бібліографічних та інших інформаційних баз даних, створення Національного центру (банку) даних ЄС» [24, с. 45]. В. Андрейко зауважує, що «українські засоби масової інформації, зокрема їх політичний дискурс повинен вести посилену пропаганду, яка б правдиво подавала Україну не як буфер, а як східний європейський форпост, як ментально європейську країну» [3, с. 44].

С. Адам зауважує, що у більшості наукових праць, присвячених тематиці європеїзації, «мас-медіа вивчаються насамперед в контексті виконання ними функції популяризації ідей об'єднаної Європи, а не в якості “незалежної перемінної” (тобто такого інституту, який впливає на розвиток процесу європейської інтеграції), що не є правильним» [68, с. 10-11]. Можливі наступні емпіричні індикатори функціонування європейської публічної сфери: «... (1) увага національних медіа до політики Євросоюзу, (2) схожість між висвітленням у медіа європейських питань у різних державах-членах, (3) комунікативний обмін між національними публічними сферами та (4) конструювання європейської ідентичності» [69, с. 13].

Загалом більшість досліджень, що висвітлюють ці питання, є досить обмеженими. Фактично національні медіа в розвиненій країні виявляють відкритість до обговорення європейських тем та виявляють позитивне ставлення до ідей Європи, Європейського Союзу та європейської інтеграції. Проте деякі експерти вказують на те, що цей підвищений інтерес може бути пов'язаний з геополітичними питаннями і не завжди відображати справжній інтерес, що може призвести до збільшення кількості публікацій, пов'язаних з Європою.

Таким чином, можна зазначити, що інтерес національних ЗМІ до політичних аспектів функціонування ЄС є водночас очевидним і не завжди зрозумілим критерієм для аналізу. Наприклад, кількість новин на загальноєвропейську тематику може свідчити про активність у цій сфері. Однак існують ситуативні фактори, які впливають на цей показник, наприклад, посилення уваги медіа-держав до проблем того, що науковці називають «поглинальною здатністю ЄС» з його розширенням, тобто приєднанням нової країни. Однак важливо розуміти, чи призведе це до збільшення загальноєвропейської складової в медійному дискурсі, чи все ж таки домінуватиме національний контекст сприйняття процесу розширення ЄС.

Г. Щолокова вважає, що «ЗМІ можуть впливати, по-перше, на формування пріоритетів аудиторії (тобто визначати статус тих чи інших питань у “порядку денному”, загальноєвропейському або національному) та, по-друге, на сприйняття нею тих питань, які стали найбільш пріоритетними (йдеться про фрейми як когнітивні “рамки”)» [66, с. 255]. Що стосується ЄС, то тут важлива його відмінність від традиційної національної ментальності, а саме – наявність наднаціонального рівня. Таким чином, європейці країн ЄС стають частиною національної аудиторії та частиною загальної аудиторії.

Отже, мас-медіа постають важливим інструментом для поширення ідей євроінтеграції України серед громадян та забезпечують інформаційну політику нашої держави на шляху до вступу в Євросоюз.

Висновки до розділу. Інформаційна політика та освіта є ключовими аспектами європейської інтеграції України. Позитивний досвід та кращі практики Європейського Союзу стають джерелом натхнення та орієнтиром для розвитку інформаційного сектору та освіти в Україні. Для досягнення успішного інтеграційного шляху важливо орієнтуватися на європейські стандарти та норми у цих сферах.

Засоби масової комунікації відіграють ключову роль у формуванні консолідованої позиції українського суспільства щодо сприятливості європейської інтеграції країни. Вони не лише поширюють інформацію, але й впливають на свідомість та дії громадян. За допомогою ЗМІ українське суспільство отримує інформацію про європейську інтеграцію, її переваги та виклики. Концепція державної цільової програми інформування громадськості з питань інтеграції передбачає активну взаємодію із засобами масової інформації для забезпечення права громадян на інформацію про діяльність органів державної влади та залучення їх до процесів управління. Такий підхід сприяє прискоренню євроінтеграційних процесів країни.

Отже, ЗМІ відіграють важливу роль у формуванні громадської думки та сприяють європейській інтеграції України, поширюючи інформацію про її перспективи та впливаючи на індивідуальний і колективний вибір громадян.

РОЗДІЛ 2

КОНТЕНТ УКРАЇНСЬКИХ МАСМЕДІА В ПАРАДИГМІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

2.1. Періодичні видання про євроінтеграцію

У період реформування та становлення демократичних інституцій України формуються нові засади суспільної моралі, відбувається переродження держави. Всі ці процеси знаходять своє відображення на сторінках друкованої преси, котра також бере участь у цих процесах. Саме у цих виданнях відбувається оприлюднення офіційних урядових документів, заяв, програм політичних партій тощо, котрі засвідчують процеси євроінтеграції України.

Більшість засобів масової комунікації зайняли «єврооптимістичну» позицію. В. Андрейко зауважує: «У найбільш тиражних газетах, що мали серйозний вплив на формування громадської думки, виразно домінували публікації, в яких акцент було зроблено на економічних та політичних перевагах вступу до ЄС» [2, с. 53].

У період політичних та суспільних змін та зрушень у країні важливості набуває підтримка державних засобів масової інформації і комунікації. Саме вони розповсюджують інформацію про державні стратегії, владні інститути, намагаються сформулювати потрібну мотивацію та необхідну поведінку у громадськості, таким чином консолідуючи суспільство на демократичних та європейських засадах.

Газета як щоденне актуальне джерело інформації для масових читачів особливо важлива для формування громадської думки українців щодо євроінтеграційних процесів. Одним із якісних друкованих органів є всеукраїнська газета «День», а офіційним державним виданням є газета «Голос України». Ці зразки преси відповідають найвищим журналістським стандартам та мають високі рейтинги як в Україні, так і в Європі. На думку Ф. Яценюка, «дискурс євроатлантичного та європейського інтеграційного

процесу України на сторінках цих періодичних видань має структуру, характерними ознаками якої є – тяглість, сталість проблематики, чітка політична окресленість та умотивованість, різножанровість» [67, с. 24].

Газета Верховної Ради України «Голос України» – офіційний друкований орган, що публікує достовірну інформацію про політику, економіку, культуру, соціальні питання, новини країни і світу, а також перелік законів України, оприлюднених протягом місяця.

Згідно з вимогами статті 139 Закону України «Про Регламент Верховної Ради України» підписані Президентом України закони публікуються в газеті «Голос України» та у Відомостях Верховної Ради України. Публікація законів та інших актів Верховної Ради у цих друкованих засобах масової інформації є офіційною [52].

Імідж засобу масової інформації складається протягом тривалого часу під впливом постійних особливостей його змісту, тематики і характеру публікацій, а також його позиції і поглядів. На імідж видання впливають й особливості його форми – дизайну, верстки й ілюстрування, те, що часто називають зовнішнім «обличчям» [6]. Редактори газет «Голос України» і «День» дбають про імідж свого друкованого органу, про що свідчить дизайн газети, тематичне та жанрове наповнення, офіційна та достовірна інформація.

Г. Хлистуєн вважає, що українські ЗМІ та політичний дискурс мають «вести посилену пропаганду, яка б правдиво подавала Україну не як буфер, а як східний європейський форпост, як ментально європейську країну. Серед українських друкованих якісних медіа найбільш виражена євроінтеграційна інформаційна політика чітко простежується у декількох видань: міжнародному громадсько-політичному тижневику “Дзеркало тижня”, у газеті “День” та регіональному щоденному виданні – “Львівській газеті”» [60, с. 7]. Насправді питання євроінтеграції висвітлюються майже в усіх друкованих медіа, просто з меншою частотністю, якістю та без аналітичної складової.

В. Шинкарук газету «Дзеркало тижня» відносить до так званих «провідників» протилежних підходів до питання здійснення євроінтеграційного вектору політики України. Вчений зауважує, що цей тижневик не надто заохочує «своїх читачів он-лайн версій до коментування публікацій, зводячи його до цензурування коментарів до низки статей» [63, с. 106]. Проте здебільшого це видання займає проєвропейську позицію.

Відповідно до статусу друкованого органу «Голос України» політична тематика тут займає чільне місце, адже покликана інформувати громадян про стратегію Верховної Ради України, діяльність депутатів, партій та офіційних організацій. Наприклад, повідомлення «Руслан Стефанчук виступить у Європарламенті» про те, що Голова Верховної Ради України Руслан Стефанчук у Франції працюватиме по парламентській лінії: *«У мене буде зустріч із керівництвом Європейського парламенту, виступ у Європейському парламенті та зустрічі з головними політичними групами Європарламенту, щоби на цьому фінальному етапі заручитися їхньою підтримкою»* (Голос України. 2022. № 117 (7867). 7 червня. С. 2).

Політична тематика тісно пов'язана з євроінтеграцією України. Майже в кожному номері газети «Голос України» можемо зустріти публікації про зв'язок та взаємодію нашої країни з країнами Європейського Союзу. Прикладом такої інформації є стаття прес-служби Апарату Верховної Ради України «Олена Кондратюк: Верховна Рада України, парламенти Латвії, Литви, Естонії, Польщі, Хорватії та інших країн Тримор'я формують новий потужний регіональний міжпарламентський союз»: *«Цей союз демонструє, що попри змагальність, політичну конкуренцію, різні політичні партії, які представлені в національних парламентах, вони виступають єдиним фронтом проти російської агресії. Єдиним голосом – проти порушень міжнародного права. Єдиною командою – за вільну, сильну, успішну і*

демократичну Європу, незалежну від будь-яких російських впливів і шантажу» (Голос України. 2022. № 222 (7972). 1 листопада. С. 2).

У публікації прес-служби Апарату Верховної Ради України «“Неможливо прийняти неповагу до кордонів, які визнані ООН”, – президент МПС Дуарте Пашеку» розповідається про робочий візит до України президента Міжпарламентського Союзу Дуарте Пашеку та Віцепрезидентки Союзу Сесілії Відегрєн, які завітали до селища Авдіївка, містечка Бородянка та міста Ірпінь. Політичні лідери ділились враженнями від побаченого в Україні, від наслідків російської агресії. У газеті подано фото посадовців, зроблене Олександром Клименком, та коментарі. Наприклад, Сесілія Відегрєн так пояснює позицію Швеції щодо російсько-української війни: *«Ми доєдналися до всіх санкцій Євросоюзу, які були запроваджені, і продовжимо в цьому напрямку, але деякі країни зараз також мають знайти свій шлях. Я думаю, це перший крок, а далі будемо говорити про інші кроки»* (Голос України. 2022. № 181 (7931). 2 вересня. С. 2).

В іншому номері видання можна прочитати таку публікацію: «Отмар КАРАС: “Україна є ключовою частиною європейської сім’ї”». Тут розповідається про брифінг у Києві 30 вересня 2022 року та відвідання його Першим віце-президентом Європейського парламенту Отмара Караса у складі делегації Cosac, до якої також увійшли керівники комітетів з європейських справ країн-членів Європейського Союзу (Чехії, Австрії, Люксембургу, Естонії, Фінляндії, Данії, Словенії, Румунії, Німеччини). У газеті «Голос України» цитують також вислови очільника делегації, голови Комітету з європейських справ Сенату Чеської Республіки Давіда Смоляка, голови Комітету з питань інтеграції України до Європейського Союзу Іванни Климпущ-Цинцадзе та ін. Читачі також дізнаються про те, що *«в Києві європейські депутати мали зустрічі з народними депутатами, в тому числі з Головою Верховної Ради Русланом Стефанчуком. Також відбулися зустрічі з представниками уряду, зокрема, з віце-прем’єркою з*

питань європейської та євроатлантичної інтеграції Ольгою Стефанішиною, міністром оборони Олексієм Резніковим, заступником закордонних справ Євгеном Перебийносом» (Голос України. 2022. № 203 (7953). 4. жовтня. С. 7).

Про робочий візит першого заступника Голови Верховної Ради України Олександра Корнієнка у Страсбург (Франція) протягом 7-9 листопада 2022 року описується в публікації «Перший віцеспікер Олександр Корнієнко закликав максимально присвятити Україні четвертий саміт глав держав й урядів Ради Європи». Посадовець відкрито підтримав проведення четвертого саміту глав та урядів Ради Європи, тому що це пов'язане з повномасштабною неспровокованою війною росії проти України, а також наголосив, що *«обидва головні статутні органи Ради Європи – Комітет міністрів і Парламентська асамблея – продемонстрували неабияку політичну єдність, ухваливши рішення про вигнання та відповідальність агресора, а також про визнання нинішнього московського політичного режиму терористичним»* (Голос України. 2022. № 227 (7977). 8 листопада. С. 2).

З 24 лютого 2022 року всі новини щодо міжнародної співпраці стосувалися війни, яка й досі триває на території нашої держави від російської федерації. Такою є публікація «Десять кроків до миру» про виступ Президента України Володимира Зеленського перед учасниками саміту «Великої двадцятки» на острові Балі (Індонезія) 15 листопада 2022 року. Була проголошена формула миру, в котру наш президент включив радіаційну та ядерну безпеку, продовольчу безпеку та зернову угоду, енергетичну безпеку, звільнення всіх полонених і депортованих, виконання Статуту ООН і відновлення територіальної цілісності України та світового порядку, виведення російських військ та припинення бойових дій, екоцид та потреба негайного захисту природи, недопущення ескалації та, нарешті, *«фіксація закінчення війни, коли всі антивоєнні кроки буде реалізовано, коли безпека й справедливість почнуть відновлюватися,*

сторони мають підписати документ про фіксацію закінчення війни» (Голос України. 2022. № 233 (7983). 16 листопада. С. 2).

Дії Євросоюзу також висвітлюються на сторінках газети «Голос України». До прикладу публікація «Єврокомісія готує план відбудови», де прес-служба ЄК інформує про наміри розробки основних складових міжнародних зусиль з післявоєнного відновлення в Україні. Тут говориться про пропозицію Європейської комісії створити новий механізм «Відбудувати Україну» (Rebuild Ukraine). Відзначається, що *«партнерство між містами та регіонами в Європейському Союзі та в Україні збагатить і прискорить реконструкцію. Єврокомісія планує очолити Платформу з відновлення нашої країни, котра працюватиме як всеосяжний орган стратегічного управління, відповідальний за затвердження плану відновлення, складеного й реалізованого Україною за підтримки адміністративного потенціалу та технічної допомоги з боку ЄС»* (Голос України. 2022. № 108 (7858). 20 травня. С. 1). Тут говориться також про гранти і позики на відновлення, прозорість та надійне фінансове управління цією ініціативою, про непередбачені потреби, викликані війною, залучення третіх країн та цільовий перегляд багаторічної фінансової бази. А також наводяться цифри збитків української економіки від Прем'єр-міністра України Дениса Шмигала у ході візиту до Вашингтона під час спільного засідання Світового банку та Міжнародного валютного фонду.

Наступні дії Єврокомісії були описані вже у жовтневому номері газети «Голос України»: «Канцлер Німеччини Олаф Шольц: “Зусилля з відновлення України будуть величезними”», автор Наталія Писанська. Тут говориться про Міжнародну експертну конференцію, що починається 25 жовтня, з тих самих питань, про які ми писали в попередньому абзаці. Оскільки в цій конференції брали участь провідні світові економісти, експерти, вчені, представники міжнародних організацій і громадянського суспільства, то цей захід вважався важливим для України, адже йдеться

передусім про наміри Німеччини разом із Єврокомісією швидко відновити постраждалі від війни українські сектори: *«Нині ФРН і її партнери з Євросоюзу обговорюють питання структуризації обіцяного Україні пакета екстреної допомоги, котрий становить дев'ять мільярдів євро. Ідея полягає у тому, щоб Україна якомога швидше відчула конкретну підтримку: в Європі є кошти, енергія, добра воля, але їх слід спрямувати на реалізацію першочергових проєктів»* (Голос України. 2022. № 217 (7967). 25 жовтня. С. 5).

Щодо членства України в Європейському Союзі, то така інформація також знаходить своє висвітлення на сторінках газети «Голос України». Зокрема, на перших шпальтах величезними заголовковими літерами, що відразу впадають в око читачеві, опубліковано: *«Єврокомісія рекомендує надати Україні статус кандидата на вступ в ЄС»*, автор Маргарита Соколовська. У цьому матеріалі повідомляється, що Президентка ЄК Урсула фон дер Ляен заявила, що 17 червня Європейська комісія офіційно рекомендувала надати Україні статус кандидата на вступ до Європейського Союзу. У заяві Єврокомісії йдеться, що *«Україна загалом просунулася у досягненні стабільності інститутів, які гарантують демократію, верховенство права, права людини і повагу та захист меншин (...), продемонструвала гідну увагу до макроекономічної та фінансової стабільності, потребуючи продовження амбітних структурних економічних реформ»* (Голос України. 2022. № 126 (7876). 18 червня. С. 1). Таке рішення стало результатом заявки Президента Володимира Зеленського разом із Головою Верховної Ради Русланом Стефанчуком та Прем'єр-міністром Денисом Шмигалем від 28 лютого на членство України в ЄС. Читач дізнається, що 1 березня у Європарламенті затвердили резолюцію про рекомендацію державам-членам ЄС працювати над наданням Україні статусу кандидата на вступ. *«Під час неформального саміту в ніч з 10 на 11 березня лідери країн-членів погодилися з тим, що Україна є частиною європейської родини, однак питання стосовно*

статусу кандидата, на їхню думку, має спочатку опрацювати Єврокомісія» (Голос України. 2022. № 126 (7876). 18 червня. С. 5). Тут ми також дізнаємось, що Єврокомісія рекомендувала надати європейську перспективу і Молдові, тоді як стан демократії у Грузії не відповідає Копенгагенським критеріям.

У цьому ж номері подається ще один важливий матеріал під назвою «Історичний візит», де розповідається про візит до нашої країни очільників впливових країн Європи (Франції, Німеччини, Італії та Румунії). Говориться про враження від відвідин Ірпня Президента Франції Емманеля Макрона, про пропозицію Канцлера Німеччини Олафа Шольца Президентові України Володимирові Зеленському взяти участь у саміті «Великої сімки», про ключову роль в експорті українського зерна залізничними шляхами та річковими сполученнями Румунії та підтримку Президента Румунії Клауса Йоханніса тощо. На думку авторки публікації Тетяни Пасової, головним у цій зустрічі стало те, що пролунало гасло, що всі чотири лідери погодилися надати Україні «зелене світло» на шляху до Європи. Зокрема, Еммануель Макрон заявив: *«Україна є частиною європейської родини. Разом із своїми партнерами з Німеччини, Італії та Румунії, підтримуючи статус України як безпосереднього кандидата на вступ до Європейського Союзу, ми підтверджуємо це Президенту Зеленському. В найближчі дні, як тільки Європейська комісія визначить рамки для обговорення, ми, 27 держав-членів ЄС, повинні будемо разом прийняти важливі історичні рішення, щоб втілити наші обіцянки»* (Голос України. 2022. № 126 (7876). 18 червня. С. 5).

Наталія Писанська подає розширену замітку «Олаф Шольц виключив скасування санкцій у разі нав'язаних росією умов», де повідомляє про заяву канцлера Німеччини Олафа Шольца у статті для «Frankfurter Allgemeine Zeitung» про продовження санкцій проти росії через воєнну агресію останньої. Тут порушується питання енергетичної залежності Німеччини від росії, вказуючи, що *«федеральний уряд очікує*

взимку надзвичайних ситуацій у різних землях, ідеться в матеріалі Bild. Видання уточнило, що газу бракуватиме якщо не по всій території країни, то принаймні в багатьох федеральних землях» (Голос України. 2022. № 149 (7899). 21 липня. С. 5).

«Розпочався найважливіший тиждень в ООН» – так називається публікація від Укрінформ, в якій розкривається інформація про тиждень високого рівня в рамках 77-ї сесії Генеральної Асамблеї ООН за участю Президента України Володимира Зеленського. Міністр закордонних справ Дмитро Кулеба ділиться своїми очікуваннями від цієї події, зауважуючи, що планується розширення взаємодії з країнами Африки, Азії, Латинської Америки: *«Ті питання, які є для нас актуальними, – зброя, санкції, торгівля, функціонування зернового коридору, – всі вони й лежать в основі наших директив» (Голос України. 2022. № 193 (7943). 21 вересня. С. 5).*

Офіційне видання «Голос України» також працює над тим, щоб розвінчувати фейки та інформаційні впливи з боку росії. Такою є публікація «США, Велика Британія та Франція відкидають брехливі звинувачення рф», де вказується, що глави зовнішньополітичних відомств зазначених країн склали спільну заяву і публічно з нею виступили, засуджуючи спроби країни-агресора звинуватити Україну, ніби та планує застосувати «брудну бомбу» на свої ж території. Міністри закордонних справ США, Сполученого Королівства та Франції висловили свою підтримку нашій країні. Дезінформацію росії прокоментував Президент України Володимир Зеленський: *«Усюди, куди росія принесла смерть і деградацію, ми повертаємо нормальне життя. Саме це – про українців. Так, де Україна, – ніколи не знищується життя. А ось там, де і куди приходить росія, вона всюди залишає по собі масові могили, катівні, зруйновані міста й села, заміновану землю, знищену інфраструктуру, природні катастрофи» (Голос України. 2022. № 217 (7967). 25 жовтня. С. 5).* Таким чином, імідж України постає в рази кращим, ніж сусідньої держави-агресора.

Газета «День» має постійних читачів, у яких сформувались конкретні очікування від улюбленого видання: фахові коментарі та аналітика, експертні оцінки та погляди на події в нашій країні та за кордоном. Серед читацької аудиторії цього друкованого органу знаходяться також дипломатичні представники та інтелігенція.

Варто згадати в рамках дослідження друкованих ЗМІ і такий журнал, як «Євробюлетень», «що розповсюджується по друкованих ЗМІ і громадських організаціях, однак практично немає оглядів або ж перекладів статей про сучасні європейські дослідження з питань економіки, філософії, європейського кримінального права та судоустрою» [60, с. 8].

Інформація про інтеграцію України до ЄС в сучасній українській пресі відзначається фрагментарністю. Газети на сьогоднішній день залишаються надійним джерелом інформації, котра в більшості випадків дублюється на офіційних сайтах друкованого видання задля збереження та збільшення читацької аудиторії і підвищенню своєї впливовості. Євроінтеграційна тематика в газетах «День» і «Дзеркало тижня» має свою певну структуру, характерні ознаки котрої О. Гоцур визначила так: «тяглість, чітка політична окресленість, сталість проблематики, різножанровість, вмотивованість. Тяглість полягає у тому, що євроатлантична тематика завжди займає належне постійне місце у друкованому виданні. Увесь шлях розвитку і трансформації ЄС та НАТО, рух України у бік цих структур можна простежити саме за газетними матеріалами. Сталість проблематики – євроатлантична інтеграційна проблематика представлена темами, які умовно спрощено можна окреслити як “Політичні проблеми вступу України в ЄС та НАТО”, “Економічні проблеми вступу у ЄС та НАТО”, “Керівництво ЄС, НАТО та України”, “Перспективи розвитку ЄС та НАТО”, “Сучасна і майбутня роль України для ЄС, НАТО/ у ЄС, НАТО”. Політична окресленість – це політична спрямованість періодичного видання щодо євроатлантичної інтеграційної тематики» [15, с. 43].

Якщо зараз існує проблема з вільним доступом до літератури з європейської тематики, то на урядових інтернет-сторінках вся офіційна інформація про євроінтеграційні процеси завжди доступна. Інша річ, що спеціально ці сторінки читачами не моніторяться.

Аналізовані періодичні видання подають інформацію опосередковано через власну політичну позицію щодо зовнішньополітичної інтеграції нашої країни. Задля зацікавлення читацької аудиторії тут помічено було використання міфів медійниками. Директором програм політичного аналізу та безпеки Міжнародного центру перспективних досліджень у виданні «Зовнішні справи» В. Чумаком такий підхід був прокоментований так: «Низька ефективність інформаційного забезпечення інтеграційних процесів України пояснюється тим, що серед населення панують міфи» [62, с. 8].

Європейська та євроатлантична тематики знаходять своє висвітлення в конкретних рубриках. У газеті «День» це такі рубрики: «Україна і світ», «Nota bene», «Планета». У «Дзеркалі тижня» такі матеріали розміщують у рубриці «Міжнародна політика». Ця ж газета також публікує статті статті Надзвичайного та Повноважного Посла України в Польщі Олександра Моцика та заступника міністра закордонних справ України Костянтина Єлісеєва. Тут можна прочитати звіт з прес-конференції Міністра енергетики та палива України Юрія Бойка та комісара Євросоюзу по питаннях енергетики Гунтера Еттінгера.

У газеті «Голос України» зустрічаємо інформаційне повідомлення про зустріч Голови Верховної Ради Володимира Литвина з Президентом Словацької Республіки Іваном Гашпаровичем. Видання «День» публікує достатньо великі фрагменти публікацій із зарубіжної преси, що стосуються євроінтеграції України. Серед них можна виділити уривки статей Збігнева Бжезинського («Le Figaro»), Еріка Бонзе («Handelsblatt»), Кішоре Махбубані («The Financial Times»), Бронвена Меддокса («The Times»), Марціна Свенціцького («Gazeta Wyborcza») та багато інших.

Українська друкована преса подає своєчасні інформаційні повідомлення щодо євроінтеграційних процесів. Це публікації про саміти Україна-Євросоюз, зустрічі керівників держав та міністрів закордонних справ, тактичні та стратегічні плани та перспективи для країн-членів ЄС, брифінги комісарів ЄС із питань зовнішніх відносин та Європейської політики щодо перспектив вступу України до Європейського Союзу, ставлення країн-членів ЄС до цього процесу, угоди про розширену зону вільної торгівлі, мобільність, спрощення візового режиму, Міжнародні наукові конференції, семінари, тренінги, вебінари, ініціативи, святкові дні тощо. Можна також ознайомитися з репортажами з різних українських та європейських міст про підготовку та підписання міждержавної угоди про створення Європейського польсько-українського університету, аналітичними оглядами про візову ситуацію та міграційну безпеку в умовах російської агресії, різними статистичними дослідженнями соціологічних служб та неурядових політичних центрів.

Європейський Союз славиться тим, що дбає про економічний та політичний розвиток держав-учасниць ЄС. Дослідниця газет «День» та «Дзеркало тижня» О. Гоцур виокремила в цих виданнях такі міфи щодо євроінтеграції: «ЄС ніколи не дасть економіці України розвинутися до рівня інших європейських країн», «Україна у разі вступу буде лише постачальником дешевої робочої сили», «У політичній нестабільності України винен ЄС», «ЄС – це структура, яка найближчим часом розпадеться, зважаючи на різний соціально-економічний розвиток своїх членів», «Україна у разі свого членства в ЄС втратить свою державність та незалежність» [15, с. 43]. До позитивних міфів, виявлених на сторінках газет «День» та «Дзеркало тижня» журналістикознавиця відносить такі: «Україна – це країна, без якої ЄС є нецілісним та незахищеним», «Членство України в ЄС є реальним шансом процесу демократизації Росії, який принесе стабільність у розвитку міжнародних відносин», ЄС – це структура, членство в якій надасть економічну та політичну стабільність та

соціально-економічний і культурний розвиток України», «ЄС має великий обов'язок перед Україною з огляду на її історичний внесок у забезпечення стабільності європейських країн» [15, с. 44].

Використання міфів про стратегічну євроінтеграцію України в друкованій пресі відбувається за допомогою певної методології. О. Гоцур в аналізованих газетних виданнях називає такі методи: «Перший – у своїх публікаціях журналісти для підтвердження своєї тези часто послуговуються соціологічними даними. Нерідко читачам пропонують результати соціологічних досліджень різних соціологічних служб та неурядових політичних центрів в окремих спеціальних рубриках (наприклад, “Соціологічна служба “Дня” у газеті “День”). Другий метод – інтерв'ю з європейськими політиками, посадовцями ЄС, НАТО, Росії, дипломатами та послами. (...) Третій шлях – синдикат-проекти – виступи на сторінках українських видань відомих іноземних політиків. (...) Четвертий шлях досягається через передрук цілих статей з відомих та впливових закордонних періодичних видань (...), або через використання рубрики, яку умовно можна назвати “Україна у дзеркалі закордонних ЗМІ”. Реалізовується ця рубрика найчастіше шляхом виривання певних речень з контексту, які несуть певний, чітко виражений посил» [15, с. 46].

Згадаємо, що у газети «Дзеркало тижня» є кредо: «Газета для тих, хто не розучився думати». Проте О. Гоцур відзначає наявність на сторінках цього видання матеріалів, що «мають суто тенденційний характер (тобто, чітко дотримується лінії, що розходиться з політикою газети)» [14, с. 120]. Разом з тим довіра читачів до опублікованої тут інформації є досить високою, що забезпечується її загальним європейським спрямуванням, що містить такі концепції: концепція проєвропейського вектора розвитку держави та концепція нейтралітету / позаблоковості.

Отже, у друкованій пресі публікуються офіційні урядові документи, заяви та програми політичних партій, які підтверджують європейську

інтеграцію України. Багато публікацій в Україні є «єврооптимістичними» і підкреслюють економічні та політичні переваги вступу до Європейського Союзу.

2.2. Європейська інтеграція України на телебаченні та радіо

Серед усіх ЗМІ в Україні важливу позицію займає телебачення, що забезпечує привернення уваги та інформування багатомільйонної аудиторії завдяки швидкості надання інформації та її актуальному характеру. Телевізійні служби й досі залишаються основним джерелом новин, однак київська соціологічна компанія InMind (на замовлення МГО Internews) ще в 2016-2017 рр. простежувала падіння глядацької аудиторії: «за останній рік частка тих, хто використовує телебачення для отримання новин (респондентів запитували про медіаповедінку впродовж 30 днів), знизилась на 5% (2017 рік – 77% споживають новини з телебачення, 2016 рік – 82%, 2015 – 85%). З інтернет-ЗМІ отримують новини 54% (2016 рік – 55%), із соціальних мереж – 45% (2016 рік – 52%), радіо – 27%, друковані ЗМІ – 24%» [26]. З цього дослідження ми бачимо, що частка довіри до новин з телебачення впала, хоча саме це джерело користується найбільшою популярністю. Зауважимо, що з початком повномасштабної війни в Україні ці показники могли суттєво знизитись. «Так, на запитання “Наскільки ви довіряєте новинам”, щодо інтернет-ЗМІ 48% респондентів відповіли ствердно (52% – 2016, 47% – 2015), щодо національних телеканалів – довіряють новинам 54% (58% – у 2016, 61% – 2015 рік), щодо регіональних телеканалів – новинам довіряють 46%, в 2016 році – 52%, 2015 – 51%» [26].

У новинах на телебаченні перш за все висвітлюється діяльність Президента, його укази та заяви щодо євроінтеграції України. Прикладами президентських указів можуть бути такі: «Про стратегію захисту та інтеграції національної меншини ромів в українське суспільство до 2020 року», «Про невідкладні заходи з питань європейської інтеграції України»

та ін. Офіційні укази Президента України формують такий образ Євросоюзу, що й у Представництві ЄС в Україні, оскільки це дає можливість співпраці різних організацій у напрямку членства України в ЄС.

Із програм «ТСН» та з новин на радіо звучать наративи про двосторонню співпрацю нашої держави та ЄС та про можливість рівноправного партнерства. Х. Сухова спостерігає таке явище, що «ієрархічні відносини між ЄС і Україною, де ЄС дає фінансову допомогу і виступає пропагандистом демократичних цінностей, в той час як Україна є тільки реципієнтом, тут повністю відсутні» [55, с.118]. Проте з телевізійних та радійних новин ми продовжуємо чути про традиційну роль цих міжнародних партнерів – про допомогу Євросоюзу нашій країні та виконання нашою державою певних вимог, поставлених раніше і тих, що ставляться зараз в умовах воєнного стану.

Із телебачення громадськість також дізнається про заходи щодо формування образу ЄС в Україні, що проводяться Кабінетом Міністрів, офіційні накази та постанови цього державного апарату. Якщо з друкованої преси та інтернет-медіа ми отримуємо інформацію про накази, постанови, статті, інформаційні бюлетені тощо, то на радіо ми почуємо як мінімум обговорення їх, а з телевізійних передач можемо отримати об'єктивний, повноцінний, широкий аналіз цих матеріалів. Такими постановами Кабінету Міністрів були: «Про затвердження плану першочергових заходів щодо інтеграції України до Європейського Союзу», «Деякі питання інституційних реформ у реалізації майбутньої Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом» та ін. Х. Сухова здійснила контент-аналіз постанов уряду та зробила висновок, що «Кабінет Міністрів України набагато більше зосереджений на представленні ефективності своєї роботи, ніж формуванні конкретного ставлення до ЄС в українському суспільстві. Європейський Союз згадується тільки як нормативний орієнтир для розвитку України» [55, с. 118].

Говорячи про євроінтеграцію та про європейський курс розвитку країни, радіо та телебачення транслює підтримку цього напрямку зі сторони уряду та громадськості. Проте контент-аналіз, проведений Х. Суховою, вказує на те, що зміст цього поняття для уряду та громадян був дещо різним: «Якщо для українського уряду це означало виконання вимог ЄС та низку технічних вдосконалень, то для українського населення – покращення добробуту (в тому числі і на особистому рівні) та розширення політичних свобод. Отже, в даному випадку можна стверджувати, що завдання конструювання громадської думки стосовно необхідності інтеграції до ЄС було виконано лише частково» [55, с. 119].

Ще один нюанс, що був помічений у загальній інформаційній системі телебачення і радіо, стосується кардинально різних поглядів уряду та широкої громадськості на Євросоюз як партнера двосторонніх відносин: «відповідно до меседжу українського уряду, Україна та ЄС – рівноправні партнери, тоді як самі українці були переконані у ієрархічності цих відносин» [55, с. 119]. Таким чином, тут можна говорити про відсутність впливу на формування громадської думки з боку українського населення.

Інформація, котру отримують громадяни з радіо- та теленовин, стосується також і різного роду соціальних опитувань. Так, у програмі «ТСН» було оприлюднено результати соціопитування щодо ставлення українського населення до євроінтеграційних процесів. Таке дослідження показало, що українці роблять особливий акцент на добробуті та стабільності, котрими славиться ЄС. Тут для людей важливими стають економічний розвиток та покращення рівня і якості життя.

Урядові особи цю тему інтерпретують з екранів телевізорів дещо інакше, адже за змістом це поняття ними тлумачилось як високий рівень соціальної політики та соціальної рівності. «При аналізі конструювання громадської думки стосовно цінностей і стандартів ЄС було виявлено, що нормативний підхід до них присутній як серед широкого населення, так і в меседжах уряду. Близьким також є дослівне формулювання думок, а тому

можна стверджувати, що в даній сфері вплив на громадську думку з боку українського населення був наявним, хоча і не унікальним» [55, с. 119].

Завдяки телепередачам можна проаналізувати діяльність уряду та виокремити переваги й недоліки державної комунікації у сфері євроінтеграції України. Так, перевагою тут можна назвати вплив на вже існуючі переконання в нашому суспільстві. Протягом 2023 року українські радіо- та телеканали не транслювали непопулярних думок щодо вступу нашої держави в Євросоюз. Завдяки такому підходу відбулось прийняття населенням урядових меседжів. Тут важливими стали способи подачі інформації. «Український уряд застосував тактику переконання, тобто надавав громадськості меседжі, наповнені фактичним змістом і без прямих закликів. Уникання протилежно цьому підходу тактики вмовляння свідчить про те, що український уряд оперував необхідними даними для того, щоб сформулювати та поширити конкретний меседж серед населення України» [55, с. 120].

Із недоліків урядової комунікації із громадськістю можна назвати відсутність однозначного меседжу, котрий міг би легко та правильно сприйматися різними верствами населення. Урядові особи та політики намагалися завчасно запрограмувати свої повідомлення так, щоб різні суспільні верстви могли їх сприймати. Така тактика призвела до однорідності інформації, до певної суперечливості думок та спрощення матеріалу. З різною цільовою аудиторією потрібно працювати по-різному. Саме цього бракувало в телевізійних та радіо-новинах.

Як ми визначили в попередніх розділах нашої кваліфікаційної роботи, необхідна інформація щодо євроінтеграції України була у відкритому доступі на різних каналах комунікації. Будь-яка людина могла зайти на офіційні сайти та отримати необхідну інформацію. Так само різні матеріали публікувалися в газетах та інтернет-ЗМІ. Проте саме телевізійні передачі дають змогу проводити роботу із зацікавлення широкою громадськістю питаннями вступу до ЄС та дотичними до них.

Широкі верстви населення отримують інформацію через державні телеканали, проте оригінальні державні меседжі мають тенденцію втрачати свій реальний зміст через причину обробки інформації журналістами. «Обмежені можливості передачі меседжу мали своїм наслідком неточне дублювання громадськістю, навіть у тих випадках, коли в цілому громадськість поділяла позиції уряду» [55, с. 120]. Зміст понять урядом та широкою громадськістю часто трактується по-різному. Відповідно та інформація, що звучить з екранів телевізорів або з радіоприймачів, може сприйматись у видозміненому вигляді, тобто суть урядових повідомлень може перекирчуватися. Тактика переконання також мала негативні наслідки, адже відбувалась спекуляція даними та викривлення фактологічного матеріалу. Підміна реальних фактів тими, що є вигідними для уряду або більш яскравими прикладами для ілюстрування певних процесів, створює негативний імідж новинним передачам та недовіру від глядацької або слухацької аудиторії.

В умовах війни споживач інформації навіть без критичного мислення розуміє, що зараз неможливе успішне вдосконалення політичної та економічної сфер в Україні, а тому перебільшення переваг європейської інтеграції є хибним кроком урядової комунікації. Більш сприятливим був вплив на громадськість, коли телепередачі транслювали менш суттєві вдосконалення соціальної ситуації та роль фінансової допомоги ЄС Україні. Нерідко офіційні новини, особливо з «єдиного марафону», применшували цифри фінансових донатів Євросоюзу для військових, ЗСУ, біженців, поранених та постраждалих від бойових дій. Такі дії урядового контингенту мали лише частковий вплив на населення, що стосується тієї аудиторії, яка не перебувала під впливом інших засобів масової інформації або інших інструментів формування громадської думки. Розбіжності в поданні інформації не сприяють формуванню громадської думки та довіри до урядових повідомлень.

Недоліком урядової комунікації з питань євроінтеграції через телебачення та радіо є відсутність зворотного зв'язку з громадянами, тобто їх запити, побажання та інтереси не враховувалися під час транслявання матеріалів про взаємодію України та Євросоюзу. Правильне формулювання в подачі інформації та своєчасне оприлюднення певних фактів забезпечило б вищий рівень сприйняття офіційних меседжів населенням. Таким чином, ми спостерігаємо лише інформаційну складову з новин «ТСН» та радіо, тді як діалог влади і суспільства відсутній. Х. Сухова з цього приводу зауважує: «Односторонність державної комунікації і була причиною відстороненості меседжів українського уряду від реальних потреб і запитів громадян, що можна знову ж таки прослідкувати за відсутністю дублювання змісту тем, що стосуються європейської інтеграції України» [55, с. 121].

Державні телеканали зайняли «єврооптимістичну» позицію, що відбивалось на інформаційних та суспільно-політичних програмах, що демонстрували позитивні аспекти євроінтеграції для пересічних громадян. Також можна було на телебаченні переглянути документальні фільми серій «Йдемо до Європи», «ЄС – це ми» тощо.

Звісно, ми розуміємо, що телевізійні та радіо-медіа обмежені в часовому вимірі та залежать від ефірного покриття. Дослідники довели, що частка державного сектору телебачення і радіомовлення в теле, радіо-інформаційному просторі України становить лише 4%. Отже, можемо зробити висновок, що державні ЗМІ не в силі повноцінно втілювати у життя євроінтеграційні інформаційні кампанії з залученням широкої аудиторії. Решта (96%) – недержавні телерадіокомпанії. Саме їх необхідно залучати до інформування громадськості з питань європейської інтеграції України. Недержавні телерадіоорганізації тільки в останні роки почали створювати або закуповувати телепрограми, фільми про історію і культуру країн ЄС, проте вони це роблять без підтримки державних програм, тому цей процес не є масовим» [58]. Для поліпшення такої ситуації важливо

налагодити співпрацю державних ЗМІ із недержавними на рівні Міністерства інформації, котре має безкоштовний доступ до важливої інформації, фільмів про ЄС та ін.

Дуже широко на телебаченні було висвітлено Дні Європи в Україні. «Щорічне відзначення згаданого заходу в нашій державі було започатковано Указом Президента України № 339 від 19.04.2003 р., яким встановлено третю суботу травня датою святкування в Україні Дня Європи» [64]. У 2023 році День Європи проводився двадцять і мав масштабний характер. Окрім того, з новин «ТСН» ми дізналися, що Україна є єдиною країною, яка не входить до ЄС, а проте на державному рівні проводить ці тематичні заходи. Глядачі також могли побачити з екранів телевізорів, як виглядає «Європейське містечко» (European village), збудоване на одній із центральних вулиць столиці за сприяння Представництва ЄС в Україні та посольств держав-членів ЄС.

Дуже цікаво на телебаченні було висвітлено інформаційну кампанію «Європейський тиждень місцевої демократії». Програми «ТСН» розповідали про підготовку до цього щорічного заходу, а потім у кількох випусках подавали різну інформацію про проведення такого тижня. Цілком логічно, що тут звучали наративи пріоритетності курсу України на європейську інтеграцію та аналізувалась діяльність органів місцевого самоврядування у цьому ракурсі. Глядачі мали змогу дізнатись, що цей захід започаткувала Рада Європи і що він поширюється на загальнонаціональний сегмент у цілому та на місцевий зокрема. Г. Хлистуєн відзначає, що «одночасне проведення національних і місцевих заходів в усіх країнах-членах РЄ з метою активізації процесів розповсюдження інформації щодо принципів та досягнень місцевої і регіональної демократії в Європі, сприяння обізнаності громадян щодо можливостей вирішення питань місцевого значення та їх залучення до прийняття управлінських рішень» [60, с. 8-9].

Телебачення та радіо також акцентували увагу на культурному аспекті євроінтеграції. Зокрема, новинний сегмент інформував про культурно-мистецький проєкт «Євроінтеграція через мистецтво». Ведучі новин розповіли про виставки картин європейських художників та митців із сусідніх з ЄС країн, у тому числі і про українських. Також ми дізнались з цих передач про семінари, в яких брали участь художники, – «Євроінтеграція – через мистецтво», «Розповсюдження мистецтва через мережу Інтернет», «які дають можливість обмінятися поглядами на культурні аспекти європейської інтеграції і культурні перспективи, пов'язані з розширенням Євросоюзу, а також намагаються з'ясувати роль «людини мистецтва» в процесі європейської інтеграції» [60, с. 9].

До святкування річниці створення Європейського Союзу всі теле- та радіоканали транслювали ще одну культурну акцію – виставку «Молодь і європейська інтеграція України», що відбулась у Чернівцях. Глядачі могли навіть полюбуватися світлинами виставки, підібраними в рамках Програми «Молодь в дії» Європейської Комісії, а також короткі сюжети в новинах «ТСН» показали інші презентації робіт сучасної української та європейської молоді. Ми також спостерігали висвітлення рекламної інформаційної кампанії на міжнародному телеканалі CNN, започатковану ще у 2008 році.

Радіопередачі та новини «ТСН» повідомляли також своїй аудиторії про таку важливу ініціативу Європейського Союзу, як «Східне партнерство», наголошуючи на таких можливостях цієї організації: «можливість громадянам східноєвропейського простору отримувати об'єктивну, актуальну та зрозумілу інформацію про діяльність та політику інституцій ЄС, про переваги євроінтеграції» [31, с. 65]. Реципієнти цих медіа змогли дізнатись про те, як завдяки стратегії комунікації ЄС встановлюються контакти між зовнішньою політикою Євросоюзу та спільнотою європейських країн, налагоджується комунікація із східноєвропейськими державами-партнерами щодо інформаційної

діяльності та комунікативної політики, обговорюються принципи дій ЄС на міжнародному рівні та способи боротьби з дезінформацією, фейками та пропагандою. Під час обговорення ініціативи «Східне партнерство» були з'ясовані такі аспекти: «право на інформацію та свобода висловлювання, транспарентність інформаційного простору, публічність, діалог, інклюзивність, багатоканальність поширення інформації; плюралізм, активна участь та залученість. Ці принципи реалізуються через такі напрями інформаційно-комунікативної політики Європейського Союзу, як: електронна участь (е-участь) громадян в комунікативних процесах, ефективна аудіовізуальна й медіаполітика, політика мультилінгвізму. Інформаційно-комунікативні стратегії ініціативи ЄС «Східне партнерство» різняться тривалістю, інтенсивністю впливу, інформаційно-освітньою та змістовою спрямованістю» [31, с. 68].

ТСН та радіоновини стали джерелом інформації про створення та функціонування регіональних громадських інформаційних центрів у різних областях України, зокрема про Центри європейської інформації, де постійно діючими є стенди «Україна – ЄС», «Україна – НАТО: партнерство заради миру». Також слухачі та глядачі дізнались, що у цих центрах можна ознайомитись із бібліографічним оглядом літератури щодо процесів євроінтеграції нашої країни та державної політики в цьому напрямі. М. Павлюк так визначає завдання зазначених центрів: «сприяти громадським організаціям та органам обласної влади у формуванні, реалізації та моніторингу здійснення політики європейської інтеграції України та двосторонніх відносин між Україною та ЄС, сприяти встановленню довготривалих партнерських зв'язків з країнами ЄС та збирати, обробляти, зберігати, забезпечувати відкритий доступ та розповсюджувати доступ до матеріалів з питань європейської інтеграції» [45, с. 49]. Окрім того, реципієнт отримував інформацію про специфіку функціонування євроклубів, зокрема, розповідалось про європейські бюлетені «Знай про Європу більше» та «Європейська освіта».

Тема регіоналізму в умовах європейських інтеграційних процесів також піднімалася у випусках ТСН і частково озвучувалась у новинах на радіо. Реципієнтам коротко пояснювалися міжнародні аспекти регіоналізму та на рівні держави. У першому аспекті наголошувалось на регіональній політиці Євросоюзу та його інституційні рамки. У другому аспекті говорилось про діяльність держави щодо підтримки окремих регіонів та міжрегіональної співпраці за підтримки наднаціональних структур інтеграційного спрямування. Було наголошено на тому, що багато країн мають регіональні структури управління та самоврядування, котрі за характером своєї діяльності стають суб'єктами регіональної політики, котрі впливають на зростання політичної активності громадян у всій країні. О. Красівський відзначає, що регіональна політика спровокована саме євроінтеграційними процесами та здійснюється у двох формах. «Однією з її напрямів є консервативний регіоналізм, який пов'язаний з християнською демократією і підтримує регіональний розвиток за принципом субсидіарності» [37, с. 49]. Учений коментує також і другий напрям – прогресивний регіоналізм, що виступає на противагу першому та пов'язаний з політикою лівих партій: «Його прибічники критикують уряд за нерівномірний розвиток окремих територіальних частин країни, говорять про т.зв. внутрішній колоніалізм чи використання слаборозвинутих регіонів країни багатшими провінціями» [37, с. 50]. Телебачення подає аналітичний погляд на ці позиції, зауважуючи, що регіональна політика стає вагомим інструментом у здійсненні ефективної соціально-економічної політики центральною владою: «Тільки регіони, які мають міцну економічну і політичну позицію в національній державі, впливають на європейську регіональну політику» [37, с. 55].

В українських медіа спостерігається надлишок суперечливої інформації та надмірна політизація євроінтеграційних процесів. За українською журналістикою не простежується здатність чинити опір деструктивній політизації євроінтеграційного простору. Д. Дуцик вважає,

що «в українській журналістиці в “європейській” тематиці інформування переважає над аналітикою, а загальна якість присвячених Європі матеріалів визначається експертами як низька» [23]. Так, ті медіа, що не лідирують у сфері суспільної думки, дійсно не мають достатню кількість засобів і способів для творення якісного контенту щодо європеїзації, тому реципієнт отримує низькоякісну аналітику та ретранслює стандартні стрічки світових ЗМІ. Проте цю ситуацію можна було б виправити, якби українські видання могли європеїзувати свою інформаційну концепцію та відпрацювати формат реального інформаційного діалогу з Європою «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» [63, с. 108]. А оскільки зараз такі інструменти відсутні, новинні стрічки не забезпечують реальні інформаційні потреби споживача.

Телерадіопростір пропонував споживачам інформації такі аудіовізуальні сектори, як «Європа в серцях українців», «Вікно в Європу», «Чи знаєш ти Європу?» та «Euronews». Т. Веремчук відзначає: «До реалізації цільових медіа-програм (проектний сектор) представництва ЄС залучають й інші авторитетні організації — українські чи міжнародні урядові структури, державні установи, громадські осередки, культурні центри, благодійні фонди, навчальні заклади тощо. Інколи участь у подібних проектах є опосередкованою і може виражатися у сприянні, фінансуванні, інформаційній підтримці тощо» [11, с. 46]. Важливо зазначити, що тут сприяло партнерство представництв Європейського Союзу, таких як: Міжнародний фонд «Відродження», Координаційне бюро європейської та євроатлантичної інтеграції, Українсько-Європейський дорадчий центр з питань законодавства (UEPLAC), Асоціація європейських студій в Україні, «Інтерньюз-Україна», Міжнародний фонд Конрада Аденауера, Міжнародний Вишеградський фонд та ін.

У спеціальних випусках ТСН можна було отримати аналітичну інформацію з окремих аспектів євроінтеграційної тематики. Одним із таких аспектів був релігійний. В. Бокоч зазначає: «Інституції об'єднаної Європи визнають, що релігія, існуючи впродовж століть на європейському континенті, стала визначальним чинником європейської цивілізації. Вони з повагою ставляться до конфесійного розмаїття своїх держав-членів, визнаючи за ними право на його збереження, розробку та прийняття законів з урахуванням історичних традицій, національних і релігійних особливостей кожної країни» [7, с. 123]. Із спеціальних телепередач глядачі дізнаються такі нюанси щодо діяльності Європейського Союзу, як політика конфесійної уніфікації Європи, збереження і розповсюдження європейцями релігійної самобутності, підтримка традиційних релігій та їх роль у становленні національної ідентичності, врахування інтересів релігійних меншин, дотримання положень Конвенції про захист прав людини і основоположних свобод членами європейського співтовариства. У таких телевізійних проєктах говориться також про діяльність ПАРЄ, спрямовану на вдосконалення стосунків між державою і церквою, що сприяє забезпеченню релігійної свободи, терпимості, захисту релігійних громад та окремих вірян від будь-яких можливих форм релігійного переслідування. Для пересічних громадян пояснюється рекомендація ПАРЄ «Держава, релігія, світське суспільство і права людини», котра «містить важливі положення стосовно співвідношення церкви і держави, політики і релігії, релігії і демократії. У ній заперечується теза про несумісність демократії та релігії, доводиться, що релігія може бути надійним партнером демократичного суспільства, а демократія – найкращою основою свободи совісті та релігійного плюралізму» [21, с. 123].

Досить детально та в доступній для пересічного глядача у телевізійних програмах пояснюється важливість відокремлення церкви від держави, тому що такий підхід є запорукою загальноєвропейських

цінностей та характеризує політичну діяльність демократичних суспільств. Це дає можливість становленню автономності релігії та політики, попереджає застосування релігійного чинника для досягнення партійно-політичних інтересів. Люди можуть більше дізнатися про особливості роботи асамблеї, котра «наголошує, що необхідною умовою повноцінного забезпечення свободи совісті та релігії, релігійної терпимості й толерантності, захисту від релігійних переслідувань є партнерські відносини між церквою і державою. Їх розвитку сприяє розбудова відносин держави і церкви на договірній основі, що практикується в деяких європейських країнах» [21, с. 123].

Такі телепередачі транслюють меседж, що ЄС у релігійно-церковній сфері прагне забезпечення нормальних міжконфесійних відносин. Для досягнення цієї мети Парламентська Асамблея Ради Європи вважає за необхідне заохочувати і підтримувати діалог за участю релігійних і громадських діячів з актуальних питань суспільства. Це включає в себе зустрічі між лідерами та представниками різних релігійних спільнот кожної демократичної країни на європейському рівні.

Також реципієнт має змогу з'ясувати для себе аспекти політики ЄС в релігійно-церковній сфері. У телепередачах висвітлюється діяльність, спрямована на встановлення та розвінчування спроб розпалювання міжконфесійної ворожнечі, запобігання та ліквідацію випадків дискримінації на релігійному ґрунті, а також сприяння взаємній толерантності та повазі між віруючими різних конфесій, між віруючими та невіруючими. Тут підкреслюється небезпека релігійного екстремізму, який розглядається як симптом суспільного неблагополуччя і загроза демократії.

Громадяни також бачать культурні зв'язки міжнародного співробітництва в ПАРЕ. Асамблея вважає, що спільнота є мультикультурною, маючи не лише спільні цінності, але й відмінності, зумовлені європейським історичним минулим різних народів. У зв'язку з

цим Парламентська Асамблея Ради Європи підкреслює необхідність максимально можливого розмаїття серед людей з твердими переконаннями і побудови консолідованої, соціально заснованої поваги до гідності кожної людини. Досягнення цих цілей забезпечується врахуванням релігійного аспекту міжкультурного діалогу та розвитком співпраці між релігійними організаціями. Асамблея вважає за необхідне підвищувати обізнаність громадськості про значення релігії в культурному розвитку європейських народів, визнавати право представників різних віросповідань на свободу віросповідання один одного і брати участь у зміцненні міжконфесійного діалогу на основі принципів демократії та прав людини. Проблема релігійного аспекту міжкультурного діалогу вважається дуже важливою в Європейському Союзі і щорічно виноситься Комітетом міністрів на публічне обговорення.

Із теле- та радіопроєктів реципієнти дізнаються, що важливість освіти та навчання в Європі зростає. У 2000 році на зустрічі в Лісабоні було поставлено мету для Європейського Союзу стати найбільш конкурентоспроможною, динамічною та інтелектуально розвиненою економікою у світі, здатною до економічного зростання. Освіта була визнана головним пріоритетом цієї Лісабонської стратегії. Зростає роль освітньої системи як інституту духовного розвитку людини та підвищення її людського потенціалу, а також як чинника економічного розвитку країни. Однією з ключових особливостей сучасного етапу європейської інтеграції є акцент на професійну підготовку випускників вищих навчальних закладів у сфері підприємництва та стимулювання підприємницького духу і культури. Навчальні програми повинні включати іноземні мови, комп'ютерні технології та права людини, а також забезпечувати відповідні підприємницькі навички для всіх випускників університетів. Освіта зосереджена на підприємстві та економічному розвитку. Це відображає нову філософію Європейського Союзу. І. Грищенко відзначає: «Потреби в сучасному світі дуже швидко

змінюються, а тому повинна адекватно змінюватись освіта та професійна підготовка населення. Проте вихідною умовою реформ є врахування потреб індивідів, тобто забезпечення повинно бути засноване на попиті, а не на пропозиції, необхідна співпраця між ринком праці і ринком освітніх послуг» [21, с. 58].

Дослідниця С. Іванова вважає, що «у реформуванні освіти в Україні значною мірою враховується вплив загальних для сучасної цивілізації тенденцій розвитку. Основними тенденціями у формуванні системи освіти в Україні є:

- посилення процесу глобалізації економіки, взаємозв'язку і взаємозалежності держав світу. Ця тенденція зумовлена розвитком науки, технологій, виробництва, що призводить до формування загального світового економічного простору і планетарного інформаційного поля та інтенсивному обміну результатами матеріальної та духовної діяльності;
- формування позитивних умов для індивідуального розвитку особистості, її самореалізації у світі» [30].

Таким чином, за тематичним критерієм випуски ТСН та радіоновин щодо євроінтеграції України більше уваги приділили енергоефективності, екології, внутрішній політиці ЄС та двостороннім відносинам. Переглянути відеоряд та прослухати інформацію на радіо, що стосувалась ЄС, можна було на такі теми: молодіжні ініціативи, волонтерство, освіта, культура, обмін досвідом, демократичні процеси, регіональна політика, східне партнерство, охорона здоров'я тощо.

Висновки до розділу. Отже, можемо констатувати важливу роль друкованої преси в Україні в період реформ, становлення демократичних інститутів та європейської інтеграції країни. Засоби масової комунікації, зокрема газети, виступають рекламними агентами впливу на формування громадської думки та сприяють консолідації суспільства на демократичних та європейських засадах.

Газети «День» та «Голос України» є прикладами друкованих ЗМІ, які підтримують високі журналістські стандарти та мають важливий вплив на формування громадської думки щодо євроінтеграційних процесів. Інформаційна прозорість та відкритість влади, що публікується в офіційних виданнях, є важливими для успішної консолідації суспільства на демократичних та європейських засадах.

Телебачення має значний вплив завдяки широкій аудиторії та швидкому поширенню відповідної інформації. Однак виявлено на певні розбіжності між уявленнями про європейську інтеграцію з боку влади та громадян, що може свідчити про важливість комунікації та роз'яснення концепцій та переваг європейського курсу розвитку країни. Важливою є також інформація про діяльність Президента та уряду в контексті європейської інтеграції, а також роль телебачення у представленні цієї інформації. Це підкреслює важливість відкритості та прозорості в діяльності влади та її взаємодії з Європейським Союзом.

Таким чином, підкреслюємо важливу роль друкованої преси та телебачення як одного з основних джерел інформації для громадськості та його вплив на сприйняття євроінтеграційних процесів в Україні.

ВИСНОВКИ

Європейська інтеграція є складною та багатогранною темою, яка вимагає врахування політичного, економічного, інформаційного та культурного контексту країни. Формування громадської думки та інформування громадян є важливим фактором у процесі європейської інтеграції. ЗМІ відіграють основоположну роль у цьому процесі, формуючи громадську думку та стереотипи щодо Європейського Союзу. Поширення об'єктивної та різноманітної інформації є ключовим, особливо у глобальному інформаційному просторі.

Питання інформаційної безпеки набувають особливої актуальності в умовах військових конфліктів та дезінформації. Забезпечення інформаційної безпеки є важливою передумовою для належної комунікації та інформування громадян про події та процеси в Україні та світі. Створення інформаційного простору, що відповідає європейським стандартам свободи медіа та громадянської активності, є першочерговим завданням на шляху до європейської інтеграції. Забезпечення незалежності ЗМІ та їхньої суспільної ролі є важливим для демократичної держави та громадянського суспільства. Гармонізація українського законодавства з такими стандартами та розвиток суспільних медіа є ключовими кроками у реформуванні інформаційного простору та підготовці України до європейської інтеграції.

Українські ЗМІ, зокрема газети, відіграють важливу роль у підтримці та розширенні інформації про європейську інтеграцію та сприяють формуванню України як східноєвропейського форпосту. Свобода вираження поглядів у ЗМІ та різноманітність думок є важливими для обговорення та аналізу питань європейської інтеграції.

Комунікаційні стратегії та програми спрямовані на інформування громадськості про європейську інтеграцію. Ці стратегії допомагають підвищити рівень обізнаності та розуміння суспільством переваг і викликів

європейської інтеграції. Вони також сприяють створенню позитивного іміджу ЄС та поширенню інформації про діяльність та рішення ЄС.

Що стосується якості журналістики, то важливо оцінити потребу в розробці якісного журналістського контенту та аналітичних матеріалів. Журналісти повинні відігравати активну роль у наданні глибокого аналізу та збалансованої інформації про євроінтеграційні процеси. Забезпечення високої якості інформації є важливим для об'єктивного розуміння та суспільної підтримки євроінтеграційних зусиль. Враховуючи важливість комунікаційних стратегій та роль ЗМІ у процесі європейської інтеграції, важливо забезпечити сприятливе середовище для журналістів, підтримувати їхній професійний розвиток та незалежність. Взаємодія між урядом, ЗМІ та громадськістю сприяє більш ефективній комунікації та підтримці.

Друкована преса в Україні під час процесу реформ та європейської інтеграції підкреслює вплив ЗМІ на формування громадської думки та інформування громадян. Газети «День» та «Голос України» у цьому контексті активно підтримують інтеграційні прагнення України. Важливо, що більшість ЗМІ підтримують «єврооптимістичну» позицію, наголошуючи на перевагах європейської інтеграції для України, особливо в економічному та політичному вимірах. Це може бути ще одним фактором підвищення рівня підтримки євроінтеграції серед громадян.

У вашому тексті ви описуєте різні аспекти медіа-співпраці та інформаційних ініціатив, пов'язаних з європейською інтеграцією України. Ці ініціативи та медіа-проекти є важливими для інформування громадськості про європейський курс розвитку України та значення європейської інтеграції. Це може допомогти громадянам краще зрозуміти переваги та можливості, які відкриває європейська інтеграція, а також сприяти формуванню єдиного інформаційного простору.

Важливість засобів масової інформації, таких як телебачення і радіо, у сприянні розумінню і підтримці європейської інтеграції є незаперечною.

Проте відчувається різниця у сприйнятті європейської інтеграції між владою та громадянами, де громадяни наголошують на економічному розвитку та покращенні якості життя. Телебачення та радіо оприлюднюють результати соціологічних опитувань та досліджень щодо ставлення громадян до європейської інтеграції, висвітлюють важливість культурних ініціатив та проєктів, які сприяють взаєморозумінню між Україною та ЄС, транслюють інформацію про внесок інформаційних проєктів та ЗМІ у покращення освіти та навчання, особливо в контексті європейської інтеграції.

Отже, роль ЗМІ в Україні в контексті інтеграції є важливою для формування громадської думки та інформування громадян про ключові питання, пов'язані з інтеграцією до Європейського Союзу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Актуальні питання суспільних трансформацій в Україні: безпековий та євроінтеграційний виміри : колективна монографія / під заг. ред. Ю.В. Палагнюк, С.І. Шкірчака. Миколаїв : Видавництво ЧНУ імені Петра Могили, 2018. 300 с.
2. Андрейко В. Економічні переваги інтеграції до ЄС та громадянська позиція українців щодо процесів європейської інтеграції України. *Геополітика України: історія і сучасність : збірник наукових праць*. Випуск 1(16). Ужгород : ДВНЗ «Ужгородський національний університет», 2016. С. 47-56.
3. Андрейко В. Технології впливу ЗМІ на консолідовану позицію українців щодо процесів європейської та євроатлантичної інтеграції: досвід Вишеграду. *Україна в процесах глобального інформаційного обміну: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (Львів, 26-27 травня 2016 р.) / вступне слово С. Павлюк, відп. ред. В. Гулай*. Львів, 2016. С. 42-45.
4. Андрейко В., Мандзак О. Вплив ЗМІ та PR-технологій на процеси європейської та євроатлантичної інтеграції: досвід країн Вишеграду. *Геополітика України : історія і сучасність : збірник наукових праць / ред. кол. : І.В. Артёмов, М.І. Кляп та ін.* Ужгород : УжНУ, 2017. Вип. 2 (19). С. 149-164.
5. Бабенко В. Подолання стереотипів тілесності в українському сегменті медіареальності як ціннісний орієнтир на шляху до євроінтеграції (на прикладі висвітлення руху Femen). URL : http://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2022/spec_2022/1.pdf. (дата звернення : 03.09. 2023 р.).
6. Березенко В., Савченко Л. Імідж друкованого видання : структура та засоби формування. URL :

<http://dspace.nbuiv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/77521/63-Berezenko.pdf?sequence=1>. (дата звернення : 15.08.2023 р.).

7. Бокоч В. Євроінтеграція України : релігійний контекст. *Вісник Львівського університету. Серія : філософсько-політологічні студії*. 2018. Вип. 17. С. 122-128.
8. Бондарчук О. Політичні комунікації в контексті євроінтеграційного курсу України : автореф... дис. канд. політ. наук. 23.00.02. Чернівці, 2015. 20 с.
9. Вакулович Л. Особливості функціонування неологізмів в умовах євроінтеграції. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія : Філологія. Журналістика*. 2022. Том 33 (72). № 5. Ч. 1. С. 13-18.
10. Веремчук Т. Стилiстичні особливості медіатекстів на тему ЄС для молоді. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія : Філологічна. 2013. Вип. 39. С. 136-137.
11. Веремчук Т. Тематичні проекти мас-медіа ЄС в Україні. *Вісник Книжкової палати*. 2012. № 9. С. 45-47.
12. Владимиров В. Теорія розуміння чи теорія читабельності? *Наукові записки Інституту журналістики : науковий збірник*. 2011. Т. 42. Січень-березень. С. 14-19.
13. Гандзюк, В. О. "Особливості висвітлення подій Євромайдану на шпальтах обласної газети Вінниччина." *Наукові записки [Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського]*. Серія: *Історія* 25 (2017): 409-412.
14. Гоцур О. Геополітична стратегія України у відображенні газети «Дзеркало тижня»: концепції й тенденції. *Вісник Львівського університету. Серія : Журналістика*. 2013. Вип. 37. С. 118-123.
15. Гоцур О. Міфи про євроатлантичну та європейську інтеграцію України (за матеріалами періодичних видань «Дзеркало тижня», «День», «2000»). *Вісник Львівського університету. Серія : Журналістика*. 2012. Випуск 33. С. 41-48.

16. Гоцур О. Стратегічна орієнтація України : міфологічний аспект проблеми. *Медіакритика*. URL : www.mediakrytyka.info/ohlyadyanalitika/stratichna-oriyentatsiya-ukrayiny-mifolohichnyu-aspekt-problemy.html. (дата звернення : 21.09.2023 р.).
17. Гоцур О. Українське журналістичознавство в контексті євроінтеграційного процесу. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2008. Т. 30. С. 53-56.
18. Гощинський А. Новітні медіа-технології в розвитку українського суспільства. *Медіа, бізнес, громадськість, влада: взаємодія на шляху до євроінтеграції / під ред. І. Бакушевич, К. Кашуби*. Тернопіль : ТІСІТ, 2003. С. 144-147.
19. Гресько О. Міжнародна журналістика в контексті глобальних суспільних трансформацій : автореф. дис... канд. філол. наук. 10.01.08. – журналістика. Київ, 2004. 20 с.
20. Грицяк Н. Інформаційні кампанії як механізм підвищення ефективності реалізації державної політики у сфері євроінтеграції. *Стратегічні пріоритети*. 2014. № 2. С. 37-38.
21. Грищенко І. Освіта та професійна підготовка фахівців у світлі євроінтеграційних процесів. *Економіка та управління національним господарством*. 2010. URL : <https://knutd.edu.ua/publications/pdf/56-61.pdf>. (дата звернення : 19.09.2023 р.).
22. Дзюба М. Роль засобів масової інформації в формуванні громадської думки. *Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки та оборони*. Київ, 2008. С. 77-81.
23. Дуцик Д. Чи допомагають медіа зрозуміти, навіщо нам у ЄС? URL : osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/chi_dopomagayut_media_z_rozumiti_navishcho_nam_u_es/. (дата звернення : 21.09.2023 р.).

24. Євроінтеграція України: крок за кроком. Інформаційно-аналітичні навчальні матеріали з питань висвітлення в регіональних ЗМІ європейської інтеграції / О. Рибачук, Б. Носова, О. Чекмишев, Ю. Нестеряк, В. Корнєєв. Київ : Інститут журналістики, 2008. 62 с.
25. Єрмоленко В. «Євромова» та її українська версія: нові слова й нові об'єкти. *Україна Модерна*. 2010. № 5 (16). С. 65-86.
26. За рік знизилась довіра українців до телеканалів та інтернет-ЗМІ – дослідження Internews. URL : http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/research/za_rik_znizilas_dovira_ukraintsiv_do_telekanaliv_ta_internetzmi_doslidzhennya_internews/. (дата звернення : 25.09.2023 р.).
27. Завадська О. Особливості законодавчого регулювання процесу становлення інформаційного суспільства в Україні у контексті перспектив європейської інтеграції. *Наукові записки «Транскордонне співробітництво у контексті перспектив європейської інтеграції України»*. Серія : *Політичні науки*. 2010. Вип. 4. С. 339-352.
28. Зубарева М. Європейська інформаційна політика та інтеграція моделі європейського інформаційного суспільства в українські медіа. *Діалог : Медіа-студії*. 2015. Вип. 20. С. 162-171.
29. Ібрагімова І. Інформаційне суспільство та взаємодія влади з громадськістю: вимоги ефективності. *Вісник НАДУ при Президентові України*. 2004. № 1. С. 36-42.
30. Іванова С. Інновації в освіті та проблеми реформування системи вищої освіти в аспекті євроінтеграції України. URL : <https://ir.lib.vntu.edu.ua/handle/123456789/13366>. (дата звернення : 19.10.2023 р.).
31. Ільницька У. Інформаційно-комунікативні стратегії ініціативи ЄС «Східне партнерство». *Східна політика Європейського Союзу: здобутки, виклики та перспективи: монографія [за наук. ред.*

Я. Турчин, Т. Астравович-Лейк, О. Горбача]. Львів-Olsztyn: «РОМУС-ПОЛІГРАФ», 2021. С. 65-76.

32. Карпчук Н. Європейська інтеграція країн Центральної Європи : комунікаційний вимір. *Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії*. 2022. № 3 (14). С. 6-17.
33. Карпчук Н. Комунікаційна політика Європейського Союзу як механізм залучення громадян. *Політологічні та соціологічні студії. Т. XII : Політичні виміри процесів європейської інтеграції: зб. наук. праць / наук. ред. А.М. Круглашов*. Чернівці : Букрек, 2013. С. 191-200.
34. Карпчук Н. Оцінка ефективності комунікаційних заходів : досвід ЄС. *Міжнародні відносини. Частина: Політичні науки*. 2017. № 17. URL : http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/view/3339. (дата звернення : 20.09.2023 р.).
35. Коваленко Л. Правове регулювання інформаційної політики України в контексті процесів європейської інтеграції. *Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Юридичні науки*. 2012. № 2 (33). С. 120-126.
36. Концепція державної цільової програми інформування громадськості з питань європейської інтеграції України на 2008-2011 роки. URL : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=569-2007-%F0>. (дата звернення : 11.09.2023 р.).
37. Красівський О. Проблеми регіоналізму в умовах європейських інтеграційних процесів. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф. Кураса НАН України*. 2010. № 2 (46). С. 48-59.
38. Красноступ Г. Основні напрями правового забезпечення державної інформаційної політики. Офіційний веб-сайт Міністерства юстиції

- України. URL : <http://old.minjust.gov.ua/30768>. (дата звернення : 18.09.2023 р.).
39. Литвиненко О. Інтеграція України у світовий інформаційний простір як невід'ємний чинник цивілізаційного розвитку України. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. Серія : Українознавство. 2012. № 16. С. 66-68.
 40. Ліпкан В., Максименко Ю., Желіховський В. Інформаційна безпека України в умовах євроінтеграції : навчальний посібник. Київ : КНТ, 2006. 280 с.
 41. Майстро С., Резніков В. Механізми формування та реалізації державної політики у сфері європейської інтеграції: теоретико-методологічні засади. *Теорія та історія державного управління*. 2019. № 4 (80). С. 19-23.
 42. МакКвел Д. Теорія масової комунікації / перекл. Г. Сташків. Львів : Літопис. 2010. 538 с.
 43. Носова Б. Мас-медійне забезпечення політичних орієнтирів України в контексті Євроатлантичної інтеграції : автореф. дис... канд. наук із соц. комунікацій: 27.00.04. Київ : Київський національний університет ім. Т. Шевченка, 2008. 18 с.
 44. Носова Б. Мас-медійне забезпечення політичних орієнтирів України в контексті Євроатлантичної інтеграції : автореф. дис... канд. наук із соц. комунікацій: 27.00.04. Київ : Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т журналістики, 2008. 18 с.
 45. Павлюк М. Інформаційне забезпечення політики європейської інтеграції України у Чернівецькій області. *Науковий вісник Чернівецького університету*. Серія : Історія. Політичні науки. Міжнародні відносини. 2013. Вип. 676-677. С. 46-52.
 46. Палагнюк Ю. Мас-медіа в умовах становлення громадянського суспільства як чинник безпеки і соціальної стабільності. *Актуальні проблеми безпеки життєдіяльності людини в сучасному*

суспільстві: матеріали Всеукраїнської науково-теоретичної інтернет-конференції (м. Миколаїв, 24 листопада 2021 р.). Миколаїв : МНАУ, 2021. С. 161-164.

47. Палагнюк Ю., Сургова С. Формування культури безпеки у населення України. *Проблематика надзвичайних ситуацій виробничого і соціально-природного середовищ: 1-ша міжрегіональна науково-практична конференція. 29-30 січня 2019 р., м. Миколаїв : програма і тези.* Миколаїв, 2019. С. 26-28.
48. Пеллагеша Н. Європейська ідентичність : зміст, функції, механізми формування. *Мультиверсум. Філософський альманах : збірник наукових праць.* 2007. Вип. 60, С. 12-34.
49. Пилипчук В., Брижко В. Проблеми становлення і розвитку інформаційного законодавства в контексті євроінтеграції України. *Інформація і право.* 2011. № 1 (1). С. 11-19.
50. Підлуська І. Роль ЗМІ у «європеїзації» України: Завдання на вчора. URL : <http://old.europexxi.kiev.ua/ukrainian/book/001/001.html>. (дата звернення : 18.09.2023 р.).
51. Постанова Верховної Ради України «Про Концепцію (основи державної політики) національної безпеки України» від 16 січня 1997 р. № 3/97 ВР. *Голос України.* 1997. 4 лютого. С. 5.
52. Про Регламент Верховної Ради України : Закон України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1861-17>. (дата звернення : 14.08.2023 р.).
53. Сіденко В. Розширення Європейського Союзу на Схід : наслідки для України. *Національна безпека та оборона.* 2009. № 9. С. 25-29.
54. Слінько Т. Проблеми правового регулювання статусу ЗМІ щодо висвітлення діяльності органів публічної влади в контексті європейської інтеграції. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права.* 2011. Вип. 7. С. 174-178.

55. Сухова Х. Інституційні особливості державної комунікації українського уряду: на прикладі політики євроінтеграції. *Вісник НТУУ «КПІ». Серія: Політологія. Соціологія. Право.* 2015. Вип. 1/2 (25/26). С. 117-121.
56. Сучасна масовоінформаційна ситуація. Світові процеси та обличчя журналістики в Україні. *Освітній портал України.* URL : <http://ru.osvita.ua/vnz/reports/journalism/25659/>. (дата звернення : 16.09.2023 р.).
57. Угрин Л. Інтеграційні процеси: міжнародний аспект. *Вісник Львівського університету. Серія: Філософські науки.* Львів : ВЦ ЛНУ ім. Івана Франка, 2002. Вип. 4. С. 256-264.
58. Україна розпочинає рекламно-інформаційну кампанію на телеканалі CNN. URL : www.novynar.com.ua/politics/43192. (дата звернення : 12.09.2023 р.).
59. Фісанов В., Осадца І. Вплив ЗМІ на консолідацію громадської думки у процесі євроінтеграції в Україні та Республіці Болгарія (порівняльний аспект). *Міжнародні відносини. Частина: Політичні науки.* 2017. № 17. URL : http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/view/3319. (дата звернення : 18.09.2023 р.).
60. Хлистун Г. Українські ЗМІ в контексті євроінтеграції: плюси та недоліки роботи. *Актуальні проблеми міжнародних відносин.* 2014. Вип. 122. Частина II. С. 4-14.
61. Хомерікі О., Гладких В., Мостіпан О. Ефективність реалізації та перспективи модернізації стратегії комунікації у сфері європейської інтеграції. *Грані.* 2022. Т. 25. № 3. С. 77-82.
62. Чумак В. В інформаційному вакуумі. *Зовнішні справи.* 2008. № 5. С. 8-10.

63. Шинкарук В. Інформаційна політика євроінтеграційного курсу України. *Вісник Прикарпатського університету. Серія : Політологія*. 2015. Вип. 9. С. 105-108.
64. Щодо інформаційно-роз'яснювальної роботи з питань європейської інтеграції. URL : <https://ukraine.eu.mfa.gov.ua/ua/about-ukraine/european-integration/ukraine-eu-inform>. (дата звернення : 21.09.2023 р.).
65. Щолокова Г. Концепт «європейська ідентичність» у політичному дискурсі ЄС. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія : Філософія. Соціологія. Політологія*. 2016. № 5. С. 93-100.
66. Щолокова Г. Роль та місце ЗМІ у процесі становлення європейської публічної сфери : до постановки проблеми. *Гілея : науковий вісник*. 2013. № 76. С. 254-257.
67. Яценюк Ф. Східне партнерство та Україна : співпраця чи інтеграція і Європейський Союз (за матеріалами преси). *Історико-політичні проблеми сучасного світу*. 2011. Т. 23-24.
68. Adam S. Bringing the Mass Media in. The Contribution of the Mass Media for Understanding Citizens' Atitudes towards the European Union. *KFG Working Paper Series*. 2009. № 4. URL : http://userpage.fu-berlin.de/kfgeu/kfgwp/wpseries/WorkingPaperKFG_4.pdf. (дата звернення : 19.08.2023 р.).
69. An Overview of Research on the European Public Sphere (updated version). *EUROSPHERE Working Paper Series*. 2009. № 3. URL: http://eurospheres.org/files/2010/08/Eurosphere_Working_Paper_3_Barenreuter_etal.pdf. (дата звернення : 19.08.2023 р.).
70. Explaining Europe's Enlargement. Report from the Commission to the Council. 2002. URL : <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ>.

do?uri=COM:2002:0281:FIN:EN:PDF. (дата звернення:
15.08.2023 р.).

71. Pouwels R., Cincera P. Concentration and competition policies: toward a precarious balance within the global audiovisual order. Berlin : Mouton de Gruyter Publishers, 2001. P. 432-456.
72. Risse Th. An Emerging European Public Sphere? Theoretical Clarifications and Empirical Indicators. URL : http://userpage.fu-berlin.de/~atasp/texte/030322_europe_public.pdf. (дата звернення : 19.08.2023 р.).