УДК [316.774: 061.1ЄС](477)

Тетяна Веремчук,
аспірантка ВПІ НТУУ "КПІ"

Тематичні проекти мас-медіа ЄС в Україні

У статті аналізується медіа-діяльність Представництва Європейського Союзу в Україні за тематичними напрямами. Досліджуються основні ініціативи місії ЄС у видавничо-електронному, аудіовізуальному та проектному секторах.

Ключові слова: *медіа-діяльність, ЗМІ, Представництво ЄС в Україні, центр європейської інформації, євроклуб.*

Постановка проблеми. Із набуттям Україною незалежності одним із найважливіших питань у політичному житті постала проблема її ідентифікації на міжнародній арені. Наразі на заваді повноцінному діалогові між Україною та ЄС стоїть низка перешкод, серед яких й відсутність у країні сформованого європейського медіа-дискурсу. Роль впливових медіа-суб'єктів може виконувати Представництво Європейського Союзу в Україні, а також інші інституції, зокрема євроклуби та центри європейської інформації (ЦЄІ). Ці установи могли б сформувати або ж принаймні дати імпульс для формування цілісного медійного європейського дискурсу в Україні.

Мета роботи полягає в комплексному дослідженні медіа-діяльності Європейського Союзу в Україні, яку вбачаємо доцільним класифікувати і розглядати в межах таких секторів: видавничо-електронного, аудіовізуального та проектного. Видавничо-електронний охоплює публікацію друкованих періодичних видань, листівок, створення електронних видань, сайтів, блогів, сторінок у соціальних мережах, інтернет-розсилань на тему співпраці України з Європейським Союзом. Видання, що їх створюють представництва ЄС, в основному існують в інтернет-просторі в різних форматах (html, .pdf, .doc), лише деякі з них мають друковані відповідники. Найрозповсюдженішими формами цих видань є бюлетені та вісники. Зазначимо, що друковані та електронні видання центрів інформації та євроклубів (наприклад, європейські бюлетені "Знай про Європу більше", "Європейська освіта") зазвичай є регіональними і розраховані на обслуговування інформацією конкретно членів регіонального осередку та населення певного району.

Важливо взяти до уваги те, що тематика видань Представництва ЄС в основному стосується політичних, економічних, соціальних подій і вони розраховані на аудиторію старшого віку, а от видання центрів європейської інформації (ЦЄІ) та євроклубів орієнтуються на молодших читачів — школярів, студентів — і здебільшого висвітлюють питання освіти, культури, молодіжної політики.

Щоб з'ясувати, які інформаційні приводи є пріоритетними для редакторів засобів масової комунікації Представництва, авторка проаналізувала інформаційні повідомлення (під інформаційним повідомленням мається на увазі новина, інтерв'ю, репортаж тощо) головного друкованого видання Представництва ЄС — "Євробюлетеня", зокрема усі його випуски з січня 2009 по вересень 2011 рр., що становить 30 примірників, за двома критеріями: тематика і наявність українського контексту.

За тематичним критерієм усі повідомлення було поділено на 37 категорій. Результати дослідження засвідчують, що у 30 випусках видання тільки 51 відсоток контенту подається в українському контексті. Найпопулярнішими є такі теми, як енергоефективність та екологія, внутрішня політика ЄС, двосторонні відносини та угода про асоціацію. Показово, що в "Євробюлетені" питання культури, освіти, молодіжної політики висвітлюються частіше, ніж економічні, енергополітичні, торговельні. Популярною також є інформація, яка стосується засобів масової інформації, медійного простору, демократичних процесів, громадянського суспільства. Більше того, саме суспільно-культурна тематика найчастіше подається в контексті з Україною: "Молодіжні ініціативи, політика, волонтерство" — 89,6 відсотка, "Освіта, обмін досвідом" — 69,5, "Культура" — 63,2, "Демократичні процеси" — 66,7. Значну частку українського контексту мають також такі тематичні групи, як "Регіональна політика, місцевий розвиток і самоврядування" та "Східне партнерство" — 97,2 і 76 відсотків відповідно, що свідчить про присутність та вагомість ініціатив і реформ у цих сферах в Україні. В економічному блоці тематичних груп ("Економічний простір, торгівля", "Енергетичний ринок, енергополітика", "Ринкове регулювання") у середньому українські питання становлять до 50 відсотків інформаційних повідомлень. А щодо соціального забезпечення — "Охорона здоров'я, медицина" — показники "українського контексту" невисокі — 36,4 відсотка, "Трудова політика і трудові ресурси" — 11,7.

Варто зауважити, що в деяких повідомленнях не простежується зв'язок з Україною. Тематика повідомлень 2009—2010 рр. дещо різниться. Наприклад, у 2010 р. з'явилися нові тематичні категорії "Протидія торгівлі людьми", "Санкції проти інших держав", однак зникли повідомлення на тему "Безпека, мир та протидія тероризму", які знову з'явились у 2011 р. (січень—вересень).

Окрім цього, проблемним, на нашу думку, в "Євробюлетені" є вибір інформації, що можна простежити на рівні аналізу змісту статей. У них висвітлюються теми, пріоритетні більше для Європейського Союзу, ніж для України. Це певною мірою засвідчує однобічний характер та менторську тональність євроінтеграційного процесу.

© Веремчук Т., 2012

На офіційних сайтах представництв розміщують відео- та аудіоролики про підготовку на українських каналах телевізійних програм і радіовипусків на євроінтеграційну тематику. Аудіовізуальний сектор певний час був недостатньо розвиненим, оскільки у вітчизняному медіапросторі бракувало відповідних фахівців Євросоюзу. Лише з середини 2011 р. питання про приєднання України до ЄС стали набагато частіше з'являтись у національному телерадіопросторі. Зокрема, можна виділити чотири основні ініціативи в аудіовізуальному секторі. Перша з них — *"Європа в серцях українців"* (січень—серпень 2009 р.), спільний проект ЄС та радіостанції "Наше радіо", — у рамках інформаційно-комунікаційної програми ЄІСП максималізував присутність Євросоюзу в регіонах України. В ефірі щоденно транслювали двохвилинні випуски програми на актуальні теми діяльності ЄС та його відносин з Україною (усього 255 випусків), а також було проведено 26 щонедільних ток-шоу з інтерактивним спілкуванням із глядачами [3, с. 11].

Другий проект — *"Вікно в Європу"* (травень 2009—2011 рр.) — у рамках ініціативи "Діяльність ЗМІ: поширення присутності ЄС у регіоні, застосування Європейського інструменту сусідства і партнерства (ЄІСП)" забезпечував доступ населення Росії, Білорусії, України і Молдови та засобів масової інформації цих країн до актуальних новин та інформації про ЄС. Показово, що він був розрахований передусім на молоду аудиторію (від 18 до 35 років). Участь у його здійсненні брали міжнародна медіа-агенція "Media Consulta", головний офіс якої знаходиться в Німеччині, та її медіа-партнери в Україні. На відміну від проекту "Європа в серцях українців", цей є комплексніший, у його реалізації брали участь як телебачення ("5 канал"), радіо ("Наше радіо", "Ера"), так і преса ("Донбас", "Рівне вечірнє") та інтернет-ресуси ("Українські новини") [4, с. 11]. У рамках програми "Вікно в Європу" щотижнево транслювались теле- і радіопрограми та публікувались статті у друкованих та інтернет-виданнях.

Третя ініціатива — *"Чи знаєш ти Європу?"* (листопад—грудень 2010 р.) — розрахована на ще молодшу аудиторію — учнів старших класів загальноосвітніх навчальних закладів, для яких радіостанція "Наше радіо" при експертній і методичній підтримці євроклубу "Право і Захист" провела низку конкурсів.

Четвертий проект у цьому секторі — запуск україномовної версії каналу Euronews (серпень 2011 р.) — став однією з найвагоміших подій у медійному світі за останнє десятиліття, яка відбулася за участі європейських інституцій. Це стало можливим завдяки підписанню у жовтні 2010 р. між Національною телекомпанією України та виконавчою радою каналу Euronews угоди про виробництво міжнародного сервісу новин українською мовою. Це і прямі включення, і сюжети про суспільно-політичні, економічні, культурні події в Європі та світі, і висвітлення діяльності європейських органів влади, інформація про розвиток науки, соціальні проблеми населення країн ЄС. Важливо, що українці першими у світі отримали право на виробництво місцевих українських новин та розповсюдження їх на регулярній основі в рамках трансляції української версії Euronews. Для цього керівництво Euronews щоденно виділяє інтервали в україномовній версії для трансляції винятково місцевих новин [5].

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.

У цьому секторі партнерами представництв Європейського Союзу найчастіше є: "Інтерньюз-Україна", Міжнародний фонд "Відродження", Міжнародний фонд Конрада Аденауера, Міжнародний Вишеградський фонд, Координаційне бюро європейської та євроатлантичної інтеграції, Українсько-Європейський дорадчий центр з питань законодавства (UEPLAC), Асоціація європейських студій в Україні та інші. Так, Координаційне бюро європейської та євроатлантичної інтеграції за матеріалами органів виконавчої влади, громадських організацій і Представництва ЄС в Україні випускає електронний інформаційний бюлетень "Європейський поступ України", а Українсько-Європейський дорадчий центр з питань законодавства — щоквартальний "Вісник UEPLAC", який висвітлює питання адаптації законодавства та інтеграції України в європейські структури.

Найрозвиненішим сектором медійної діяльності Представництва ЄС в Україні є видавничо-електронний, що пов'язано з порівняно меншими затратами, насамперед фінансовими. Характерно, що деякі медійні проекти ЄС в Україні стосуються відразу кількох секторів, як, наприклад, проект "Сприяння європейським стандартам в українському медійному середовищі". З одного боку, він покликаний гармонізувати українське медійне законодавство з європейськими стандартами, підтримувати розвиток вільних і плюралістичних медіа в Україні, з іншого, надає велику увагу реформам в аудіовізуальній сфері, зокрема процесу переходу на цифрове мовлення. Ще один акцент проекту — участь у створенні суспільного мовлення, підвищенні ефективності, прозорості та незалежності регуляторного органу у сфері медіа — Національної ради з питань телебачення і радіомовлення, а також сприяння практичній реалізації нового Закону "Про доступ до публічної інформації". Наприкінці нинішнього року завершується дія проекту "Сприяння європейським стандартам в українському медійному середовищі", започаткованого в Україні восени 2008 р. [1]. Серед його досягнень — ратифікація Європейської конвенції транскордонного телемовлення, наближення положень Закону "Про доступ до публічної інформації" до європейських стандартів, а також налагодження широкого діалогу з актуальних проблем між представниками громадянського суспільства, органами місцевої влади та медіа [2, с. 19].

Зазначимо, що медіа-діяльність інституцій ЄС подекуди ведеться без урахування регіональних особливостей та розмаїтості аудиторії. Поточне інформування розраховане на "загального реципієнта" — українця. Хоча інформація щодо євроінтеграції, яка б зацікавила студента, бізнесмена, викладача, державного службовця, фермера, науковця, суттєво відрізняється за контентним наповненням, розстановкою акцентів, стилем подання. Адже дуже важко створити один бюлетень для всіх мешканців України і розповісти в ньому про переваги впровадження єдиного європейського ринку для підприємця і одночасно про академічні обміни між країнами Європи для студентів. Такий медіа-продукт без конкретної цільової адреси ризикує стати незатребуваним у жодної аудиторії.

Отже, глибше дослідження тематичних проектів масмедіа, які здійснюються Європейським Союзом в Україні, зокрема пошук ефективної моделі подавання та викладу інформації, збалансованого підходу у висвітленні всіх тема-

тичних груп, залишається актуальним і перспективним напрямом у системі міжнародних комунікацій. Поширення якісних медійних проектів ЄС в інформаційному просторі України, безумовно, сприятиме пожвавленню євроінтеграційного процесу.

Список використаної літератури

1. *Європейський* Союз та Рада Європи продовжують сприяти становленню європейських стандартів в українському медійному середовищі // Представництво ЄС в Україні : офіц. вебсайт / Представництво ЄС в Україні — Режим доступу: URL: http://www.eeas.europa.eu/delegations/ukraine/press_corner/all_news/news/2011/2011_01_24_01_uk.htm. — Назва з екрана.
2. *Європейські* стандарти для українських медіа // Євробюлетень : інформ. вид. — 2011. — № 2. — С. 19.
3. *Завершився* проект "Європа в серцях українців" // Євробюлетень : інформ. вид. — 2009. — № 8/9. — С. 11.
4. *Розпочато* новий медіапроект // Євробюлетень. — 2009. — № 6. — С. 11.
5. *Стартував* український Euronews // Телекритика : веб-сайт / засн.: ГО "Телекритика". — Режим доступу: URL: http://www.telekritika.ua/news/2011-08-24/65222. — Назва з екрана.

В статье анализируется медиа-деятельность Представительства Европейского Союза в Украине по тематическим направлениям. Исследуются основные инициативы дипломатической миссии в издательско-электронном, аудиовизуальном и проектном секторах.

The article is devoted to the analysis of the media activity of the Delegation of the European Union to Ukraine by the theme areas. It is studied the main initiatives of diplomatic mission in publishing-digital, audiovisual and project sectors.

Надійшла в редакцію 26 січня 2012 року