ЮРЧЕНКО ТЕТЯНА ЮРІЇВНА. Назва дисертаційної роботи: "Комунікативна діяльність інституцій ЄС в Україні"

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут»

Видавничо-поліграфічний інститут

Кафедра видавничої справи та редагування

На правах рукопису

ЮРЧЕНКО ТЕТЯНА ЮРІЇВНА

УДК 007: [316.774: 061.1ЄС](477)

Комунікативна діяльність інституцій ЄС в Україні

27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата

наук із соціальних комунікацій

Науковий керівник:

Ганжуров Юрій Семенович

д.п.н., проф.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(підпис)

Київ – 2015

2

ЗМІСТ

ВСТУП……………………………………………………………………………..4

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ

ДОСЛІДЖЕННЯ КОМУНІКАЦІЙ ЄС………………………...…………....14

1.1. Поняття та історіографія комунікативної політики ЄС....…………..14

1.2. Методи дослідження комунікативної діяльності ЄС………………..24

1.3. Періодизація сучасної комунікативної діяльності ЄС у межах

Спільноти.................................................................................……………..34

1.4. Структура й етапи становлення комунікативної діяльності

ЄС в Україні..............................……………………………….....................45

Висновки до розділу 1……….……………………………………………..54

РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЄС

В УКРАЇНІ З ПРОФЕСІЙНИМИ КОМУНІКАНТАМИ………………….56

2.1. Основні напрями комунікативної діяльності ЄС з професійними

комунікантами.....……………………………….................……………….56

2.2. Особливості підготовки журналістських матеріалів на тему ЄС.

Організаційний аспект удосконалення роботи інституцій ЄС………….67

2.3. Недоліки текстів українських медіа про ЄС. Контентний аспект

удосконалення роботи інституцій ЄС………………………………….....78

Висновки до розділу 2 …………………………………………………......88

РОЗДІЛ 3. ІНСТРУМЕНТИ, ТОНАЛЬНІСТЬ І ЗМІСТОВЕ

НАПОВНЕННЯ КОМУНІКАЦІЙ ЄС З УКРАЇНСЬКИМ

ПОЛІТИКУМОМ………………………………………………………………90

3.1. Комунікативні інструменти впливу ЄС на політичні рішення

в Україні………………………………………………………….................90

3.2. Комунікації ЄС у контексті парламентських виборів 2012 року:

емоційна декларативність………………...………………………………..97

3.3. Комунікативна тактика «активного зацікавлення» Україною в

контексті Вільнюського саміту 2013 року………………………………106

3

3.4. Комунікативний ресурс ЄС під час виборів 2014 року:

політика ухилення…………………………………………………...........117

Висновки до розділу 3……….……………………………………………124

РОЗДІЛ 4. КОМУНІКАТИВНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЄС ДЛЯ ШИРОКОЇ

ГРОМАДСЬКОСТІ В УКРАЇНІ…......……………………………………...126

4.1. Основні напрями комунікативної діяльності для широкої

громадськості.......................................................................................……126

4.2. Комунікація ЄС із громадськістю через задоволення

інформаційних потреб цільових груп …………………………………...136

4.3. Індикатори позитивних і негативних тенденцій у просуванні

євроінтеграції (на прикладі гасел Євромайдану й Антимайдану)……..148

Висновки до розділу 4...…………………………………………………..161

ВИСНОВКИ…………………………………………………………………….163

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ……………………………………...168

ДОДАТКИ………………………………………………………………………202

4

ВСТУП

Із набуттям Україною незалежності одним з найважливіших питань

у політичному житті як для України, так і для всього світу стала

її ідентифікація на міжнародній арені, вибір між належністю України

до європейського співтовариства чи до пострадянського простору. Цей вибір

є актуальним особливо тепер, зважаючи на такі вирішальні в політичному

житті держави явища, як Євромайдан, анексія Кримського півострова

та військові конфлікти на Сході України. Наразі на заваді повноцінного

діалогу між Україною та Європейським Союзом стоїть низка перешкод,

серед яких визначальною є брак у країні сформованого європейського

комунікативного дискурсу. Рух на зближення з Європою може бути

результативним, тільки якщо прийде чітке та осмислене розуміння, що він

украй необхідний і українському суспільству, і Євроспільноті. Таке

усвідомлення всіма сторонами може відбутися тільки за умови опанування

обома достатньою кількістю об’єктивної інформації про ЄС та Україну.

Важливими суб’єктами, які забезпечують політичний діалог між

органами Євросоюзу, українськими громадянами й українською владою,

є Представництво ЄС в Україні, а також підпорядковані йому організації.

Саме вони мають можливість створити або ж принаймні дати імпульс для

формування цілісного медійного європейського дискурсу.

Актуальність теми зумовлена новими перспективами євроінтеграції

України, у процесі якої одна з ключових ролей належить саме медіа.

В умовах зовнішньополітичної кризи євроінтеграція є життєво важливою для

нашої держави, а отже, потребує всебічного аналізу й розробки оперативних

рекомендацій щодо її просування. Водночас цілісне дослідження

євроінтеграції неможливе без вивчення одного з її базових складників –

комунікативного компоненту, який впливає та визначає хід багатьох процесів

та явищ, зокрема таких, як: дискурс політичного діалогу між Україною

і Європейським Союзом, суть та особливості політичних рішень та угод між

5

двома суб’єктами, економічні вигоди й перспективи від співробітництва,

суспільно-політичні настрої, електоральна підтримка, зовнішньополітичне

позиціювання співпраці тощо.

На сучасному етапі розвитку комунікативних наук дослідження,

пов’язані з функціонуванням комунікативних систем ЄС, тяжіють

до виділення в окрему категорію наукових студій через широку

проблематику, тематичну багатовекторність і філософсько-культурну

унікальність явища. Завдяки цьому за останнє десятиліття посилилася

тенденція до крос-платформених студій ЄС на межі соціологічних,

політичних, економічних наук. Процес кооперації наукового знання включає

використання результатів досліджень з інших сфер у межах соціальних

комунікацій, зокрема і в нашій роботі, аналізу комунікативної діяльності ЄС

на межі різних дисциплін, що спонукало нас залучати дані з філософії,

логіки, історії, тощо.

Науково-теоретична основа. Вивченню комунікацій ЄС присвячена

значна кількість робіт, яка й стала науково-теоретичною основою для

дисертації. Серед українських учених у цьому тематичному напрямі вагомим

є дослідження Н. Карпчук [94], Є. Макаренко [57, 116, 117], М. Ожевана,

М. Рижкова [57], В. Парфенюка [135, 136, 137, 138, 139], Є. Тихомирової

[187, 188, 189, 190], О. Філіпенко [204], Н. Шепель [215], А. Шинкарука [216]

та інших. Дослідженню різних аспектів політичної комунікації присвячена

низка студій В. Владимирова [24], Ю. Ганжурова [27], Л. Городенко [32],

В. Гоян [33], В. Іванова [87, 106], С. Квіта [95], В. Різуна [163, 165],

Г. Почепцова [143, 144], К. Серажим [169], А. Соловйова [176], Ю. Фінклера

[205] та інших. Становленню та розвитку інформаційно-комунікативної

політики ЄС приділялась увага в працях таких видатних європейських

науковців, як Л. Вудс [238], П. Манчіні [237], В. Редінг [252], Р. ван Оc [258],

П. Шлесінгер [255]; оцінювання ефективності комунікативної діяльності

Спільноти проводили М. Бруггеманн, Дж. де Клерк-Сачсс і С. Курпас [225],

К. Валентіні [245, 257], Дж. Ербе [242], Р. Купманс [241, 242], С. Лешлер

6

[246], Дж. Лодж [247], Б. Лорсен [245], Дж. Несті [257], П. Стетхем [241, 255]

та інші. Вплив медіа на євроінтеграційну підтримку вивчали К. де Вріз

[231, 232], Х. Бумгердін [232], М. Латзер [244], Д. Морган [250], роль

журналістів як медіаторів у політичному житті аналізували Е. Джилбоа [235],

В. Донсбах і Т. Паттерсон [234], Х. Крісі [243] та інші.

Нормативна база. В основі дисертації – аналіз нормативно-правових

документів інституцій ЄС, що належать до інформаційно-комунікативної

сфери, а також українські державні програми з інформування населення про

ЄС, зокрема: Програма дій щодо просування розвитку Європейської

аудіовізуальної індустрії (1991–1995 роки) [21], Біла книга Дж. Делорса

«Зростання, конкурентоздатність і зайнятість: виклики й напрями входження

в ХХІ столітті» [236], План D для демократії, діалогу й дебатів [256], План

дій з покращення комунікації з Європою [222], Програма з підтримки

європейського аудіовізуального сектору MEDIA 2007 [231], Біла книга

з європейської комунікативної політики [257], Комунікативна стратегія

«Комунікуй про Європу через інтернет – залучай громадян» [228],

Комунікативна стратегія «Комунікація з Європою в партнерстві» [230],

Інформаційна стратегія і2010 [240], План дій генерального директорату

з комунікацій на 2014 рік [249], Інформаційно-комунікаційна стратегія щодо

покращення поінформованості населення з питань європейської інтеграції

(Концепція державної цільової програми інформування громадськості

з питань європейської інтеграції на 2013–2015 роки) [90], звіт «Угода про

асоціацію ЄС – Україна: дослідження обізнаності цільових груп та стратегія

комунікаційної кампанії» [198].

Незважаючи на загальну тенденцію до вивчення комунікативного

ресурсу ЄС та його комплексного аналізу, формування європейського

комунікативного дискурсу в українській призмі поки що недостатньо

вивчене. Наразі немає системних досліджень ні про комунікативну діяльність

інституцій ЄС в Україні, її структуру, етапи, аспекти, ні про особливості

української аудиторії в контексті євроінтеграційних комунікативних

7

кампаній, ані про журналістів, які висвітлюють тему ЄС. Тому у нашій роботі

реалізується комплексний підхід до вивчення діяльності Представництва ЄС

в Україні в інформаційно-комунікативній сфері завдяки аналізу взаємодії

з українськими медіа, політикумом і громадськістю.

Зв’язок роботи з науковими темами. Дослідження пов’язане з темою

«Політичне консультування як соціальний феномен підвищення

ефективності масових політичних комунікацій», що розробляється

Видавничо-поліграфічним інститутом Національного технічного

університету України «Київський політехнічний інститут» (Державний

реєстраційний номер 0114u001669).

Мета дослідження полягає у виявленні особливостей та основних

недоліків комунікативної діяльності інституцій ЄС в Україні на трьох рівнях

(медіа, політикум, громадськість), а також у формуванні рекомендацій щодо

її поліпшення. Реалізація поставленої мети передбачає послідовне вирішення

таких завдань:

 ідентифікувати явище комунікативної політики ЄС, надати його

комплексне визначення на сучасному етапі, виявити найбільш

оптимальні методи дослідження європейських комунікацій;

 розробити періодизацію сучасної комунікативної діяльності ЄС

у межах Спільноти, визначити її структуру, основні комунікативні

рівні й етапи на території України;

 з’ясувати особливості співпраці інституцій ЄС із журналістами

українських медіа (головні аспекти отримання, обробки

та інтерпретації інформації) та відповідно до отриманих даних

розробити рекомендації щодо вдосконалення взаємодії

з професійними комунікантами;

 оцінити ефективність комунікативного ресурсу ЄС з українським

політикумом у контексті знакових політичних подій для України:

парламентських виборів 2012 року, Вільнюського саміту 2013 року,

президентських і парламентських виборів 2014 року;

8

 розробити матрицю комунікації інституцій ЄС із широкою

громадськістю України відповідно до задоволення інформаційних

потреб окремих цільових груп (ЦГ);

 проаналізувати євроінтеграційні настрої в українському суспільстві

(на основі громадсько-політичних гасел протестних акцій під час

Євромайдану й Антимайдану).

Об’єктом дослідження є комунікативна діяльність інституцій

Європейського Союзу в Україні, зокрема Представництва ЄС та установ,

підпорядкованих йому (мережа центрів європейської інформації й мережа

європейських клубів).

Предметом дослідження є зміст, форма та інструменти комунікативної

діяльності Представництва ЄС в Україні та установ, підпорядкованих йому.

Матеріалом дослідження слугували:

 видання Представництва ЄС в Україні та інформаційні матеріали,

розміщені на офіційному сайті eeas.europa.eu/delegations/ukraine;

 експертні дані, отримані внаслідок опитування репрезентативної

групи журналістів українських медіа, які висвітлюють тему ЄС;

 тексти новин про ЄС двох головних інформагентств (Укрінформ та

УНІАН) й офіційного видання Представництва ЄС в Україні –

«Євробюлетеня» в період парламентських виборів в Україні

2012 року, Вільнюського саміту 2013 року, президентських

і парламентських виборів 2014 року;

 матеріали українських медіа і повідомлення в соціальних мережах,

присвячені Євромайдану й Антимайдану, комунікативний ресурс

протестних акцій 2013–2014 років, зібраний під час польових

досліджень.

Хронологічні межі. В основі дослідження – загальний аналіз

комунікативної діяльності інституцій ЄС в Україні з 1991 року до сьогодні.

Особливу увагу приділено періоду 2012–2014 років, під час якого було

9

змінено формат політичних відносин Україна – ЄС (ратифікація

та підписання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС і події пов’язані

з цим процесом – вибори в Україні, Вільнюський саміт, Євромайдан).

Методи. Для реалізації поставлених завдань у роботі використана

низка методів і прийомів: гіпотетико-дедуктивний прийом – для

підтвердження на наочному матеріалі теоретичних гіпотез щодо ступеня

впливовості комунікативної політики ЄС в Україні; систематизація – для

розроблення періодизації комунікативної політики ЄС; експертні опитування

– для отримання інформації про типовість тих або інших явищ щодо

відносин працівників українських медіа і представників інституцій ЄС;

описово-аналітичний метод – для аналізу й узагальнення отриманих завдяки

опитуванню фактів функціонування комунікативного ресурсу

Представництва ЄС; контент-аналіз – для виявлення частоти тем про

ЄС і мовних інтонацій з розумінням цінності змісту повідомлення; дискурсаналіз – для виявлення комунікативних стратегій, якими мовці користуються

під час спілкування.

Наукова новизна дисертації полягає в тому, що на основі критичного

аналізу особливостей комунікативної діяльності інституцій ЄС в Україні

в умовах соціополітичної трансформації суспільства й активної політичної

дискусії щодо вибору її геополітичної належності автором запропоновано

конкретні рекомендації щодо оптимізації в Україні європейського медійного

дискурсу, а також виділено його головні тенденції, які можуть стати основою

для подальших досліджень, зокрема:

уперше:

 виділено основні етапи становлення комунікативної діяльності

інституцій ЄС в Україні та систематизовано її відповідно до трьох

рівнів комунікації: з медіа, політикумом і громадськістю;

 шляхом експертного опитування визначено головні аспекти отримання,

обробки та інтерпретації інформації про ЄС українськими

журналістами, запропоновано рекомендації щодо покращення

10

комунікційної діяльності ЄС з професійними комунікантами

в організаційному і контентному аспектах;

 виявлено головні недоліки в комунікації інституцій ЄС з українським

політикумом на основі аналізу комунікативного ресурсу ЄС у контексті

таких політичних подій, як парламентські вибори 2012 року,

Вільнюський саміт 2013 року, президентські та парламентські вибори

2014 року;

удосконалено:

 методологічний підхід до комунікації з громадськістю, який

відрізняється від наявного врахуванням чинника освітньо-професійних

характеристик української аудиторії та поділу її за конкретними

цільовими групами, а також розроблено комунікативну матрицю

можливих євроінтеграційних кампаній;

набули подальшого розвитку:

 наукові дані про наявність в українському суспільстві діаметрально

протилежних настроїв стосовно євроінтеграції, основні негативні

та позитивні уявлення громадян України щодо ЄС на основі

громадсько-політичних гасел Євромайдану й Антимайдану.

Теоретичне значення дисертації полягає в тому, що її положення

й висновки істотно доповнюють сучасні дослідження з питань теорії

та історії соціальних комунікацій; дозволяють простежити закономірності

формування структури й системи комунікативної політики ЄС в Україні,

визначити її недоліки й переваги, а відтак виявити тенденції її розвитку

в майбутньому. Отримані автором теоретичні результати можуть бути

використані в дослідженні сутності та функцій міжнародних політичних

комунікацій, вдосконаленні наукової методології, конкретизації

термінологічної бази в цій сфері.

Практичне значення роботи визначається тим, що систематизований

матеріал і результати дослідження можуть бути ефективно використані під

час викладання таких курсів, як: соціологія масової комунікації, основи

11

реклами й PR, теорія масової комунікації та комунікативні технології,

державний брендинг, система маркетингових комунікацій, організація

роботи прес-служби, міжнародна іміджологія, а також на практичних

заняттях з рекламної та PR-діяльності.

Апробація роботи. Результати дисертаційного дослідження

доповідались та обговорювались на засіданнях кафедри видавничої справи

та редагування Видавничо-поліграфічного інституту Національного

технічного університету України «Київський політехнічний інститут».

Дослідження пройшло апробацію на таких конференціях:

XІІ Міжнародна науково-технічна конференція студентів і аспірантів

«Друкарство молоде» (Видавничо-поліграфічний інститут Національного

технічного університету України «Київський політехнічний інститут», Київ,

квітень 2012 року); XІІ Міжнародна конференція «Средства массовой

информации в современном мире: молодые исследователи» (Вища школа

журналістики і масових комунікацій, Санкт-Петербург, березень 2013 року);

VI Міжнародна науково-практична конференція «Лінгвістика. Комунікація.

Освіта» (Луганська державна академія культури і мистецтва, Луганськ,

березень 2013 року); XІХ Міжнародна науково-практична конференція

з проблем функціонування і розвитку української мови «Мова. Суспільство.

Журналістика» (Інститут журналістики Київського національного

університету імені Т. Г. Шевченка, квітень 2013 року); XІІІ Міжнародна

науково-технічна конференція студентів і аспірантів «Друкарство молоде»

(Видавничо-поліграфічний інститут Національного технічного університету

України «КПІ», Київ, квітень 2013 року), Міжнародна наукова конференція

«Публіцистична комунікація: теорія, історія, сьогодення» (Тернопільський

національний університет імені В. Гнатюка, Тернопіль, жовтень 2013 року),

XI Міжнародна конференція «Міжкультурні комунікації: інформаційнокомунікативні технології в лінгвістиці» (Таврійський національний

університет імені В. І. Вернадського, Алушта, вересень 2013 року),

IІ Міжнародна науково-практична заочна конференція «Лінгвокогнітивні

12

та соціокультурні аспекти комунікації» (Національний університет

«Острозька академія», Острог, жовтень 2013 року).

Публікації. Результати дисертаційного дослідження опубліковані

у 13 одноосібних статтях автора, 5 з яких надруковані у провідних фахових

виданнях («Вісник книжкової палати України» («Тематичні проекти ЄС

в Україні», Київ, 2012 року), «Теле- та радіожурналістика» («Журналісти

українських медіа у комунікативному процесі Україна – ЄС», Львів, 2014

року), «Держава і регіони» («Методологія дослідження комунікацій ЄС»,

Запоріжжя, 2013 року), «Наукові записки інституту журналістики»

(«Комунікативний ресурс ЄС в контексті парламентських виборів в Україні:

структурний аналіз», Київ, 2014 року), польському онлайн-виданні «Nauki

Spoіeczno-Humanistyczne» («Комунікації Європейського Союзу: до питання

історіографії, 2014 року) та у матеріалах 7 конференцій.

Особистий внесок. Усі результати роботи в дисертації, сформульовані

висновки, положення й рекомендації обґрунтовано на основі особистих

досліджень автора. Для аргументації окремих положень використовувались

праці інших учених, статистичні дані, на які зроблено посилання.

Структура роботи. Дисертація складається зі вступу, чотирьох

розділів, загальних висновків, списку джерел та додатків.

У вступі обґрунтовано актуальність теми дисертації, визначено мету

й конкретні завдання дослідження, його матеріал і методи, розкрито наукову

новизну, теоретичну значущість і практичну цінність роботи.

У першому розділі з’ясовано поняття комунікативної політики

Євросоюзу, критично узагальнено підходи до вивчення комунікативної

сфери Євросоюзу з початку 1990-х років до сьогодні, уточнено найбільш

поширені методи гуманітарних наук та соціологічні методи дослідження, які

застосовуються при вивченні комунікацій ЄС, а також проаналізовано етапи

становлення комунікативної політики в межах Спільноти й розроблено

періодизацію комунікативної діяльності ЄС на території України, окреслено

її структуру.

13

У другому розділі розглянуто комунікацію із медіа як основу

формування опінієтворчих лідерів, завдяки експертному опитуванню

українських журналістів виявлено головні недоліки взаємодії інституцій ЄС

з професійними комунікантами, сформульовано рекомендації для їх усунення

як в організаційному, так і контентному аспекті.

У третьому розділі на основі контент-аналізу політичних заяв ЄС

у контексті знакових подій у політичному житті України (парламентські

вибори 2012 року, Вільнюський саміт 2013 року, президентські

й парламентські вибори 2014 року) досліджено комунікативний ресурс

Євросоюзу, спрямований до українського політикуму, зокрема смислове

навантаження, комунікативні прийоми впливу, тональність меседжів.

У четвертому розділі розроблено матрицю комунікації

ЄС з населенням України через інформаційне задоволення цільових груп,

завдяки аналізу громадсько-політичних гасел Євромайдану й Антимайдану

виділено індикатори позитивних і негативних тенденцій у просуванні ідеї

євроінтеграції в Україні.

Загальний обсяг дослідження – 212 сторінок (обсяг основного тексту –

164 сторінки). У дисертації представлені 2 таблиці й 8 рисунків. Бібліографія

містить 261 позицію, обсяг додатків – 11 сторінок.

ВИСНОВКИ

Аналізтеоретичнихпоглядівзарубіжнихтаукраїнськихавторів

щодоформуваннястановленняйрозвиткукомунікативноїполітикиЄСяк

невід’ємноїчастинипобудовирозширеннятарозвиткуєвропейського

проектуатакожздійснененамидослідженнявідповіднодойогомети

йзавданьдозволяєвизначитикомунікативнуполітикуяккомунікативну

діяльністьінституційЄСяказдійснюєтьсяспільноізмедіаісуб’єктами

громадськогосекторуспрямовананапідтримкутазміцненняєдиного

політичногоекономічногосоціальногокультурноготаінформаційного

просторуЄСвідповідаєосновнимпринципамЄСйоб’єднуєтакінапрями

якмедіаполітикааудіовізуальнаполітикаінформаційнокомунікативна

політикаСучаснідослідженнякомунікаційЄвросоюзуконцептуально

базуютьсянаположенніякевизначаєЄСнетількиякгеополітичну

йекономічнуспільнотуатакожякоб’єднаннякультурнихіфілософських

категорійщолягаютьвосновупозиціюваннятаподальшогорозвиткурізних

сфержиттявсьогоЄвропейськогоконтинентуМетодидослідження

комунікативнихсистемЄСтяжіютьдозастосуванняміждисциплінарної

стратегіїтаметодологіїзокремапоєднаннясоціологічнихметодів

дослідженнятарізноманітнихметодіваналізумедіатекстівАджевивчення

тапорівняннязагальнихструктурнихаспектівкультуримедіа

звикористаннямвеличезнихобсягівкількіснихданихпрорізноманітні

показникиаудиторіїтамедіаконтентууключовихсферахконцентрування

увагинаінституційнихаспектахікультурівиробництвамедіапродукту

дозволяєзрозумітиціліснукартинкуфункціонуванняйефективності

комунікативноїдіяльностіполітичнихсуб’єктівукроскультурнійплощині

УмежахкраїнЄСсучаснакомунікативнаполітикавиниклаяк

реакціянаекономічнізапититаглобальнітехнологічнітрансформації

пройшовшиеволюціювтриетапивосновіпершоголежатьполітичні

аспектидругого–суспільнотворчітретього–професіоналізація



таелектронізаціякомунікативногопроцесуВодночасвУкраїні

комунікативнадіяльністьЄСстартувалавідразузформатуякийґрунтується

наствореннієвропейськоїпублічноїсферийтіснопов’язаназпоявою

насампереддипломатичноїмісіївКиєві–ПредставництваЄСвУкраїні

атакожмережіцентрівєвропейськоїінформаціїтаєвроклубів

КомунікативнадіяльністьЄСрозвиваласявкількаетапівмежіяких

визначаютьсязнаковимиключовимиподіямиувідносинахУкраїна–ЄС

зокремапідписаннямпершоїрамковоїУгодипропартнерство

іспівробітництвоПомаранчевоюреволюцієюреалізацієюпрограмиСхідне

ПартнерствоЄвромайданомратифікацієюУгодипроасоціаціюУсіціподії

безпосередньовпливалинаінтенсивністьівекторикомунікативноїполітики

ЄСвУкраїніоднакнайбільштрансформативнезначеннямавЄвромайдан

СамепісляньогоЄвросоюзуйУкраїніналежитьпобудуватиякісноновий

форматдіалогууспішністьякогозначноюміроювизначаємайбутнєнелише

Україниайусьогоєвропейськогопростору

Незважаючинарізноманіттянапрямівіканалівкомунікаціїінституцій

ЄСвУкраїнівнійспостерігаєтьсянизкаконцептуальнихнедоліківнавсіх

рівняхукомунікаціїізмедіаполітикумомгромадськістюякінесприяють

ефективностікінцевогорезультатудіяльності

ЗдійсненийаналізвзаємодіїПредставництваЄСзпрофесійними

комунікантамияківиконуютьусуспільствірольретрансляторівполітичної

інформаціїзасвідчуєщопричинамиякігальмуютьрозвитокєвропейського

медіадискурсувУкраїнієжурналістськезастосуваннянаціональнихмеж

інтерпретаціїненалагодженізв’язкизінституціямитапредставникамиЄС

щопозначаєтьсянаякостізборутавиробництвановинслабкімовнінавички

журналістівдефіцитякфоновихтакіспеціалізованихзнаньпроЄС

віддаленістьвідБрюсселянаціональнихньюзрумівтаредакторськихрішень

браккоштівназакордоннівідрядження–всіціхарактеристикиукраїнських

медіадіютьякперешкодиабопринаймнісповільнюютьпояву

європеїзованихматеріалівНаявнінедолікичастковоєнаслідкомтакихвад



укомунікативнійдіяльностіПредставництваЄСякневідповідністьзапитам

журналістівінформаційнихпродуктівтаінформаційноосвітніхзаходівЄС

співпрацялишезобмеженимколомспеціалізованихжурналістівтощо

Тойфактщомедіаєінстанцієючерезякуздійснюєтьсякомунікація

зукраїнськимполітикумомігромадськістюпідвищуєактуальність

оновленняівдосконаленнянаявногомеханізмувзаємодіїзжурналістами

вимагаєстворенняумовякібиспонукаликореспондентівдовисвітлення

справЄСнелишевобмеженомуформатіміжнароднихновин

аякбагатоаспектногополітичногоекономічноготакультурноціннісного

явищаОрганізаційнийаспекттрансформаціїцьогомеханізмуполягає

вналагодженнііндивідуалізованоїкомунікаціїоперативномунарівні

зінформагентствамизабезпеченніінформацієюпредставниківмедіа

розширенніжурналістськогооточенняпередусімзавдякирегіональним

медіайусуненніінформаційноїізольованостінепрофільнихжурналістів

постійнійспівпрацізекспертамизєвроінтеграційнихпитаньісприянніїхній

безпосереднійкомунікаціїзпредставникамимедіавпровадженніособливого

форматугрантівдляукраїнськихредакційнависвітленнятемиЄС

організаціїрелевантнихзапитаммедіанавчальнопрактичнихзаходів

Водночасконтентнийаспектпередбачаєрозширенняформатупресматералів

відкласичногопресрелізудокомплектнихрозгорнутих

ібагатокомпонентниханалітичнихматеріалівзізбільшеннямчастки

візуалізованоїінформації

РозглядполітичнихзаявЄСумедіавконтекстізнаковихполітичних

подійвУкраїніпротягомостанньогоперіодукомунікативноїдіяльності

інституціїЄСдавзмогувиокремитикомплекскомунікативнихвадякіне

сприяютьдіалогунарівніполітичнихверхівокНадмірнаформалізація

реакціїінституційСпільнотинепослідовністьіпротиріччяудавана

суворістьувідповідьнаполітичнівчинкичиподіїякісуперечатьцінностям

ЄСвідсутністьтвердостівпозиціїщодовідносинзУкраїною–усецеє

наслідкомзодногобокуобмеженьформатомполітикисусідстваякане



передбачаєвикористанняактивнихважеліввпливуЄСна

внутрішньополітичнежиттякраїнсусідівтажорсткогомоніторингу

внутрішніхпроцесівіподійазіншого–усталенимийзакоренілими

традиціямиєвропейськоїстриманоїдипломатіїТакукомунікаціюнаврядчи

можнавважатиефективноювумовахневисокогорівнягромадянської

свідомостіполітикумувУкраїніперманентноїполітичноїкризийагресивної

пропагандизбокуРосіїЄСпотребуєновогомеханізмувзаємодіївтому

числікомунікативногозУкраїноюякийбибезгарантіїчленствавсеодно

спонукавдержавудодемократичнихтрансформаційекономічноїполітичної

адаптаціїдоєвропейськихстандартівОскількизоглядунасвоєісторичне

минулетагеографічнерозташуванняУкраїнаєпоказникомефективності

зовнішньоїполітикиЄСцеймеханізммігбистативзірцевимдляінших

країнсхідногонапряму

КомунікаціюзукраїнськоюгромадськістюінституціямЄСдоцільно

вестинаосновіподілуїїнацільовігрупивиокремленняякихґрунтуєтьсяна

базіосвітньопрофесійнихінтересівмедіааудиторіїстудентипідприємці

малоготасередньогобізнесуділовіколапідприємцівеликогобізнесу

представникиагропромисловогокомплексунауковцітапрацівникисфери

освітипенсіонерипрацівникимедичноїсферивійськовослужбовціта

правоохоронцідержавніслужбовцідіячікультуритамистецтваЕфективна

комунікативнадіяльністьзорієнтацієюнаконкретнетематичнеядроголовні

меседжіформатитаканаликомунікаціїкожноїЦГможеістотнодопомогти

впожвавленнієвроінтеграційногопроцесусприятиподоланнюпроблем

відчуженняпевноїчастинисуспільствавідідейтацінностейєвропейського

проектуатомустворенняудосконаленоїстратегіїкомунікації

зукраїнськимигромадянамиєсьогоднінеменшважливимзавданнямдля

інституційЄСніжвпровадженняполітичнихтаекономічнихпрограм

іреформвУкраїні

Вагомимуконтекстідиференціаціїукраїнськоїаудиторії

єврахуваннярізнополярнихдискурсівусуспільствістосовноЄвропейського



СоюзуякіособливопроявилисяпідчасЄвромайданутаАнтимайдану–

роківАналізсмисловогонавантаженняпротестнихакційпідтверджує

наявністьабоперебільшеногоідеалізуванняєвроінтеграціїабонав’язливих

медіафобійінеобґрунтованихміфівякіформуютьулюдейпримітивні

йдеструктивнізасвоїмспрямуваннямуявленняякпроЄвросоюзтакіпро

йогоцінностіПрицьомумасштабпоширеннякомунікативногокомпоненту

Євромайданусвідчитьпровеликийпотенціалукраїнськихгромадян

упросуванніідеїєвропейськогопроектуоднакцейпроцеспотребуєвмілої

тасвоєчасноїмодераціїзбокуінституційЄСЇхнєзавданняполягаєвтому

щобпідхопитипозитивнітрендиЄвромайдануйрозвинутиїхусвоїх

комунікаціяхзодногобокуазіншого–нейтралізуватинегативні

формуючиконтраргументийоперативнореагуючикоментарямитазаявами

ГлибокедослідженняпроектівмасмедіаякіздійснюютьсяЄвропейським

СоюзомвУкраїнізокремапошукефективноїмоделіподанняінформації

збалансованогопідходуувисвітленнівсіхтематичнихгрупзалишається

актуальниміперспективнимнапрямомусистеміміжнароднихкомунікацій

анадзвичайноважливимудослідженнітемиполітичногоконсультуванняяк

соціальногофеноменупідвищенняефективностімасовихполітичних

комунікацій