

Віталій АНДРЕЙКО,
кандидат історичних наук, доцент
в.о. завідувача кафедри міжнародних студій
та суспільних комунікацій
факультету міжнародної політики, менеджменту та бізнесу
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

ЕКОНОМІЧНІ ПЕРЕВАГИ ІНТЕГРАЦІЇ ДО ЄС ТА ГРОМАДЯНСЬКА ПОЗИЦІЯ УКРАЇНЦІВ ЩОДО ПРОЦЕСІВ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ

Стаття присвячена вивченню основних принципів діяльності ЗМІ, характеристики економічних переваг від вступу до ЄС, організації взаємодії між органами державної влади і громадськістю, які в сучасних умовах відіграють визначальну роль у цьому процесі. На прикладі інформаційних кампаній щодо європейської інтеграції в Україні показано вагомість впливу засобів масової інформації на формування та визначення зовнішньополітичних орієнтирів нашої держави, які визначають громадську думку щодо інтеграційних процесів, зокрема інтеграції до Європейського Союзу. Приєднання до ЄС є стратегічною метою України, найкращим способом реалізації національних інтересів, побудови економічно розвинутої і демократичної держави, зміцнення позицій у світовій системі міжнародних відносин.

Ключові слова: європейська інтеграція, економічні переваги, засоби масової інформації, громадська думка, інформаційні кампанії, українські медіа, громадська підтримка, Європейський Союз.

Стаття посвящена изучению основных принципов СМИ, характеристике экономических выгод от вступления в ЕС, организации взаимодействия между органами государственной власти и общественностью, которые в современных условиях играют ведущую роль в этом процессе. На примере информационных кампаний по европейской интеграции в Украине показано важность

влияния средств массовой информации на формирование и определение внешнеполитических ориентиров нашего государства, что определяет общественное мнение по вопросу об интеграционных процессах, в частности, интеграции в Европейский Союз. Присоединение к ЕС является стратегической целью Украины, лучшим способом реализации национальных интересов, построения экономически развитого и демократического государства, усиления позиций в мировой системе международных отношений.

Ключевые слова: *европейская интеграция, экономические преимущества, средства массовой информации, общественное мнение, информационные кампании, украинские медиа, общественная поддержка, Европейский Союз.*

This article is devoted to studying the basic principles of mass media activity, organizing interaction between public authorities and the public, which, under modern conditions, play a crucial role in this process, using as an example the information campaigns on European integration in Ukraine, the significance of the mass media influence on shaping and determining this country's foreign policy guidelines, which determines public opinion on integration processes, including accession to the European Union and the North Atlantic Alliance. It is emphasized that the perception of the EU by the Ukrainian citizens depends not only on the successful development of bilateral relations, but also on their objective coverage by the Ukrainian mass media.

Keywords: *European integration, economic advantages, mass media, public opinion, information campaigns, Ukrainian mass media, public support, the European Union.*

Постановка проблеми. У розвитку сучасної Української держави питання європейської та євроатлантичної інтеграції є одним із найбільш складних і неоднозначних. Відомо, що євроінтеграція є головним зовнішньополітичним пріоритетом України. Інтеграція в ЄС має свої переваги і для України, і для Європейського Союзу. Для нашої держави важливого значення набувають як процес її послідовного наближення до ЄС, так і стратегічний результат цього

процесу – повноправне членство в ЄС. Розвиток відносин з Європейським Союзом у довгостроковій перспективі є одним із пріоритетів зовнішньоекономічної політики України. Європейська інтеграція для України – це шлях модернізації економіки, подолання технологічної відсталості, залучення іноземних інвестицій і новітніх технологій, створення нових робочих місць, підвищення конкурентоспроможності вітчизняного товаровиробника, вихід на світові ринки, насамперед на ринок ЄС. Як невід’ємна частина Європи Україна орієнтується на діючу в провідних європейських країнах модель соціально-економічного розвитку.

Виклад основного матеріалу. Виступаючи на XVII самміті Україна – ЄС, який відбувся у Києві 27 квітня 2015 р., Президент України Петро Порошенко наголосив, що перспектива членства у ЄС є стратегічним орієнтиром українських прагнень до перетворення і ключовою метою, заради якої проводяться реформи. Вперше Україна брала участь у самміті в статусі держави, яка уклала Угоду про асоціацію з Європейським Союзом.

Політичні переваги інтеграції України у ЄС пов’язані зі створенням надійних механізмів політичної стабільності, демократії та безпеки. Зближення з ЄС є гарантією, а виконання його вимог – інструментом розбудови демократичних інституцій в Україні [5, 26].

У євроінтеграційному процесі кожної країни настає момент, коли із зовнішньополітичного питання він перетворюється на низку конкретних і досить складних завдань політики внутрішньої. Для України такий момент настав з підписанням Угоди про асоціацію з ЄС у 2014 році. Відтоді на перший план вийшли абсолютно технічні потреби, наприклад, імплементація сотень європейських нормативних актів, щоб правила, за якими функціонує державний сектор, політика та економіка в Україні, були такими ж, як у Європі.

Угода про асоціацію визначає якісно новий формат відносин між Україною та ЄС на принципах «політичної асоціації та економічної інтеграції» і слугує стратегічним орі-

ентиром системних соціально-економічних реформ в Україні. Передбачена Угодою поглиблена та всеохоплююча зона вільної торгівлі між Україною та ЄС визначатиме правову базу для вільного переміщення товарів, послуг, капіталів, частково робочої сили між Україною та ЄС, а також регуляторного наближення, спрямованого на поступове входження економіки України до спільного ринку ЄС [7].

Проблема економічної інтеграції для України є однією з першочергових, а враховуючи те, що Україна – одна з найбільших європейських держав, то для неї особливо важливою є інтеграція саме з країнами Європи і, в першу чергу, з країнами-членами Європейського Союзу. Головна функція європейської інтеграції – консолідація 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.

Важливим елементом Угоди про асоціацію між Україною та ЄС є положення про створення поглибленої та всеохоплюючої зони вільної торгівлі (ЗВТ). Ними передбачено суттєву лібералізацію торгівлі (усунення тарифів чи квот) між сторонами, гармонізацію законодавства і нормативно-регуляторної бази [7].

Євроінтеграція сприятиме зростанню продуктивності економіки та темпів технологічної модернізації під впливом конкуренції на єдиному європейському ринку та забезпеченню вільного доступу до новітніх технологій, капіталу, інформації; підвищенню кваліфікації робочої сили за умов їх вільного руху в межах єдиного ринку; створенню більш сприятливого інвестиційного середовища; істотному зростанню обсягів торгівлі на ринку ЄС; створенню передумов для прискореного зростання взаємообміну в галузях з підвищеним рівнем науки та техноємності; підвищенню якості регулятивних інститутів у бюджетній, банківській, фінансовій сферах та корпоративному управлінні. Економічна інтегра-

ція також надасть можливість використовувати фонди регіонального розвитку ЄС для прискорення виходу на вищий рівень економічного розвитку, властивого більш розвиненим країнам Євросоюзу [6, 64].

Участь у процесі європейської інтеграції є за змістом не просто міжнародною взаємодією економік України та ЄС, а, насамперед, процесом глибокого проникнення інститутів ЄС (законодавства, норм і правил ведення бізнесу, кращих практик тощо) в українську економіку. У такій якості ЄС виступає переважно як фактор впливу на внутрішні процеси. У процесі інтегрування України в ЄС особливого значення набуває проблема залучення іноземних інвестицій, вирішенню якої сприяє поліпшення інвестиційного клімату в країні, зумовлене дією макроекономічних факторів.

Наслідком інтеграції України в ЄС стануть суттєві зміни в забезпеченні права на вільне працевлаштування, адекватної оплати та безпеки праці, гарантій соціального забезпечення, належних умов життя громадян, охорони здоров'я, освіти, культури, соціального захисту і соціального страхування відповідно до європейських стандартів. Сама мета інтеграції, як доводить досвід практично всіх нових країн-членів ЄС, стала потужним стимулом необхідних для цього соціально-економічних перетворень. Після розширення Україна стає безпосереднім сусідом ЄС, що визначить посилення впливу ЄС на Україну, зокрема, в контексті подальшої демократизації українського суспільства і зміцнення європейської орієнтації населення України [9].

Прагматичний аналіз свідчить, 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 [4, 211]. Саме тому вони, в першу чергу перетворюються на

об'єкт уваги політиків практично у всіх країнах. Мас-медіа беруть безпосередню участь у формуванні суспільної думки шляхом поширення тієї чи іншої інформації та оприлюднення тих чи інших фактів, які саме завдяки діяльності ЗМІ стають подією. З огляду на вплив ЗМІ на усі сфери життєдіяльності суспільства, завдяки чому вони стали невід'ємною складовою сучасної комунікації, мас-медіа спрямовано можуть продукувати громадську думку, здійснювати тиражування певних 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.

З огляду на те, що в травні 2004 року країни Вишеградської четвірки стали частиною євроспільноти, може видатися, що дебати щодо вступу розпочалися щонайменше десятиліття тому – тим більше, що політичні рішення щодо процесів європейської інтеграції були прийняті ще на початку 1990-х рр. Дійсно, перші кроки, спрямовані на забезпечення суспільству доступу до інформації про євроінтеграційні кроки, були зроблені саме у цей період.

Вступ цих країн до ЄС мав потужний вплив на життєдіяльність держав, тому проблематика ЄС знаходила широке відображення в інформаційних джерелах та мас-медіа. Найбільші щоденні видання, а також радіо, телебачення та інтернет-ресурси уважно стежили за ситуацією в ЄС та інформували суспільство.

Під час проведення інформаційних кампаній, присвячених вступу до ЄС, переважна більшість ЗМІ тією чи іншою мірою зайняли «єврооптимістичну» позицію.

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. Аналогічна ситуація спостерігалася в інформаційних та суспільно-політичних програмах на всіх державних телеканалах. В ефірі щоденно були

присутні документальні фільми із серій «Йдемо до Європи», «ЄС – це ми» та програми, в яких демонструвалися позитивні моменти, що змінять життя для пересічних громадян країн ЦПСЄ після «повернення до Європи». Під час проведення інформаційної кампанії стосовно вступу до ЄС значно збільшилася кількість інформації на цю тему в мережі Інтернет [10].

Умовний табір «евроскептиків» був достатньо різноманітним, і інформаційні можливості для проведення «антиєвропейської» пропаганди у них були обмеженими. Більш помітною була присутність «евроскептиків» у мережі Інтернет. Зокрема, на деяких порталах було створено оперативну оновлювальну базу даних усіх можливих публікацій, в яких містилися аргументи проти вступу до Євросоюзу. Зі свого боку, противники інтеграції звинувачували ЗМІ в тому, що вони цілеспрямовано маніпулюють громадською думкою, перейшовши межу між інформуванням та пропагандою [11]. Однак їхні дії не мали широкої підтримки у населення країн V-4.

Іншою є ситуація щодо формування громадської думки українського суспільства щодо європейської та євроатлантичної інтеграції нашої країни. Пройшло більше двох років з того моменту, коли розпочався Євромайдан, вже підписана і ратифікована Верховною Радою України та Європарламентом Угода про асоціацію, створення зони вільної торгівлі з ЄС, а українські ЗМІ так і не почали приділяти достатньої уваги питанням євроінтеграції.

В листопаді 2013 року деякі громадські організації почали проводити тренінги для регіональних журналістів на тему євроінтеграції. Метою цих тренінгів було отримання практичних і теоретичних навичок нестандартного висвітлення теми європейської інтеграції [1, 37-38].

Євроінтеграційні інформаційні кампанії є важливою складовою інтеграції України до ЄС. На них покладено функцію не тільки інформування громадськості про ЄС, а й формування позиції щодо необхідності вступу та переваг бути членом великої європейської конфедерації. Чи не єдиною загальнодержавною тематичною інформаційною кампанією

єю можемо вважати Дні Європи в Україні, що проводяться щороку у третю неділю травня [2, 36-42].

У працях вітчизняних авторів досить багато уваги приділяється питанням щодо 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 [3].

Втім, на шляху до Євросоюзу рішучі кроки потрібні і в інформаційній галузі, зокрема, під час формування нового інформаційного суспільства. 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.

Отже, в цій ситуації 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.

Реалії засвідчують незамінну роль засобів масової інформації у процесі взаємодії між владними інституціями та громадсь-

кістю. ЗМІ стають дуже впливовим суспільним інститутом, зростає їх значення як джерела інформації та чинника, що значною мірою впливає на формування суспільних настроїв [8].

Висновки. Підсумовуючи вищенаведені дані, можемо дійти висновку, що представники мас-медіа, аналізуючи внутрішньополітичні чи зовнішньополітичні рішення, повинні намагатися прогнозувати, якою може бути реакція Європи, яким буде ставлення не до конкретних персон, а до країни загалом. Завдання експертного середовища, мас-медіа в тому, щоб не лише вузько аналізувати те, що робиться в державі, а й виходити на ширший контекст, думати про імідж України.

Формування зовнішньоекономічних зв'язків та інтеграційних процесів потягло за собою виникнення пов'язаних з цим процесом численних проблем, подолання яких необхідне для подальшого успішного функціонування зв'язків Україна – ЄС і конструктивного діалога між ними. У цьому розрізі можна виділити ключові проблеми розвитку зв'язків України з країнами ЄС, які потребують першочергового вирішення:

- подолання негативних зовнішніх факторів, тобто господарської кризи, політичної та соціальної нестабільності;
- поліпшення якісних характеристик вітчизняних товарів;
- підвищення ролі держави, для чого потрібно: створення державної довгострокової концепції та політики дій в галузі відновлення зовнішніх зв'язків та їх регулювання; формування узгодженої системи державного регулювання; прискорене створення регулятивної інфраструктури та правової бази;
- підвищення якості продукції та надання їм товарного вигляду;
- зниження рівня інфляції в українській економіці.

Щодо знаходження нових ринків збуту для українських товарів. Консультації з цього приводу з представниками кількох країн-членів ЄС свідчать, зокрема, про їх принципову готовність у межах політичних та економічних реалій сприяти зменшенню митних та інших зборів на продукцію, що експортується з України до ЄС та розширення існуючих квот по групі так званих «чутливих товарів»: сталі, текстилю,

ядерних товарів та сільгосппродукції. Ці країни підтримують раціональне і прагматичне ставлення України до її інтеграції у західноєвропейські структури.

Список використаних джерел

1. Грицяк Н. Інформаційні кампанії як механізм підвищення ефективності реалізації державної політики у сфері євроінтеграції // Стратегічні пріоритети. – 2014. – № 2. – С. 37-38.
2. Ібрагімова І. Інформаційне суспільство та взаємодія влади з громадськістю: вимоги ефективності // Вісн. НАДУ. – 2004. – № 1. – С. 36 – 42.
3. Концепція державної цільової програми інформування громадськості з питань європейської інтеграції України на 2008–2011 роки. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу до статті: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=569-2007-%F0>.
4. МакКвел Деніс. Теорія масової комунікації. – Лондон. – 2001. – С.211.
5. Сіденко В. Розширення Європейського Союзу на Схід: наслідки для України / В. Сіденко // Національна безпека та оборона. – 2009. – №9. – С.26.
6. Сльозко О. Європейський вибір України в контексті інтеграції в ЄС / О. Сльозко // Україна у світовому економічному просторі / Ін-т економіки упр. та госп. права. – К.: Таксон. – 2008. – С.64.
7. Угода про асоціацію між Україною та ЄС і його державами-членами / Комітет з питань європейської інтеграції Верховної Ради України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу до статті: http://comeuoint.rada.gov.ua/komevoint/control/uk/publish/article?art_id=56220&cat_id=45826.
8. Україна розпочинає рекламно-інформаційну кампанію на телеканалі CNN // [Електронний ресурс]. – Режим доступу до статті: www.novynar.com.ua/politics/43192.
9. Хто є хто в Європейському Союзі // [Електронний ресурс]. – Режим доступу до статті : <http://www.europa.eu.int/comm/igc2000/dialogue/info/offdoc>
10. Stanislaw Remuszko. List do Komisji Europejskiej (20-01-2003) // [Електронний ресурс]. – Режим доступу до статті: www.rownemozliwosci.pl
11. Aleksander Chycki. Manipulate “Gazety Wyborczej” // Nasz Dziennik. 27.03.2002.