

УДК 002.6

С.Ф. ДЖЕРДЖ, *магістр державного управління і самоврядування,*
голова Всеукраїнської громадської організації
“Громадська ліга Україна-НАТО”

ДО ПИТАННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Анотація. Щодо демократичних перетворень та розбудови громадянського суспільства.

Фундамент демократичних перетворень і розбудови громадянського суспільства в Україні закріплений, передусім, у статті 36 Конституції України: *“Громадяни України мають право на свободу об’єднання у політичні партії та громадські організації для захисту своїх прав і свобод та задоволення політичних, економічних, соціальних, культурних та інших інтересів...”*

На законодавчому рівні сьогодні діяльність громадських організацій в Україні регламентується законами України “Про об’єднання громадян” (1992 р.), “Про благодійництво та благодійні організації” (1997 р.), “Про професійних творчих працівників та творчі спілки” (1997 р.) та “Про молодіжні та дитячі громадські організації” (1998 р.).

Закон України “Про об’єднання громадян” говорить, що “громадською організацією є об’єднання громадян для задоволення та захисту своїх законних соціальних, економічних, творчих, вікових, національно-культурних, спортивних та інших спільних інтересів”, й одночасно відрізняє їх від політичних партій. Документ регламентує:

- порядок створення громадських організацій – від проведення установчих зборів чи конференцій, переліку необхідних статутних документів до механізму їх легалізації і відповідної реєстрації в органах державної влади;
- види таких організацій за їх статусом та структурою;
- сфери, в яких можуть працювати громадські організації;
- порядок їх фінансування та яку господарську та комерційну діяльність вони можуть проводити, причому чітко вказуючи, що громадські організації не є прибутковими;
- за яких умов може бути відмовлено в реєстрації, припинено діяльність та механізм саморозпуску;
- нагляд та контроль за діяльністю громадських організацій з боку держави, зокрема фінансовий, та види стягнень, які можуть бути накладені на такі утворення.

Процес удосконалення правового забезпечення діяльності громадських організацій триває постійно, в тому числі і сьогодні. У Верховній Раді знаходяться проекти законів, зокрема і щодо внесення змін до базового Закону України “Про об’єднання громадян” та щодо заохочення місцевого благодійництва, розвитку партнерських зв’язків між “третім сектором” та місцевим самоврядуванням тощо.

Громадські організації існували в Україні ще з середини ХІХ століття. Увійшли в історію такі культурно-просвітницькі організації, як Всеукраїнське товариство “Просвіта”, Товариство української мови ім. Т. Шевченка, національні митецькі спілки та інші. Із здобуттям Україною незалежності громадські організації почали зростати на теренах українського суспільства. За деякими даними, в середні 90-х років ХХ століття їх налічувалося близько 12 тисяч. У 2005 році кількість офіційно зареєстрованих в Україні громадських організацій становила 41 тисячу, але активно діючих було лише не більше 5 тисяч. Це громадські організації з місцевим, всеукраїнським та міжнародним статусом.

У листопаді 2006 року Міністерство юстиції України після проведення перевірок відповідно до ст. 25 Закону України “Про об’єднання громадян” оприлюднило данні, що в Україні зареєстровано 1791 всеукраїнську громадську організацію.

Виходячи з нагальної необхідності сталого демократичного розвитку України, особливої актуальності набуває проблематика розвитку так званого “третього сектору” – сектору соціально-суспільного життя країни, в якому працюють неурядові громадські організації.

Питання розбудови “третього сектору” актуалізувалося після виборів Президента України у 2004 році. Через рік у Посланні Президента України до Верховної Ради України “Про внутрішнє і зовнішнє становище України у 2005 році” було визначено серед головних цілей налагодження конструктивного діалогу між владою та громадськими організаціями, створення умов для більшого впливу останніх на державну політику. Підґрунтям визначення цього пріоритету як головного для розбудови держави стали:

- визначення Україною європейської інтеграції як головного напрямку розвитку й активізація уваги до неї європейських країни, зокрема щодо дотримання в державі демократичних цінностей, чи не головною складовою яких є закріплення за представниками громадянського суспільства статусу рівноцінних партнерів влади в реалізації державної політики;

- підвищення ціннісних та моральних критеріїв до оцінки діяльності політичної еліти;

- стрімке падіння довіри українського суспільства до влади та низька підтримка з одночасним зростанням довіри до таких неполітичних структур, як ЗМІ, церква, громадські організації.

В Україні існує велика кількість громадських організацій, які опікуються різними питаннями життя українського суспільства. Виходячи з того, що фактично громадський рух почав розвиватися з початку набуття Україною незалежності, сьогодні він представлений не на такому високому рівні і не може відігравати такої значної ролі в суспільному житті як, наприклад, громадські організації в Європі. Однак, можливо стверджувати, що рівень діяльності громадських організацій щороку за рівнем якості підвищується та відповідно спостерігається зростання їх впливу на суспільні процеси в Україні.

Розглядаючи питання громадського сектору, треба також наголосити, що слід розрізняти діяльність громадських організацій від профспілок і політичних партій, які також задіяні в суспільному житті країни, але є іншими, передусім, на понятійному рівні, та законодавством, яке регулює діяльність останніх.

“Третій сектор” градується за наступними принципами:

- географічним. В Україні сьогодні існує три типи громадських організацій – обласні (місцевого значення), діяльність яких обмежується окремим регіоном; всеукраїнські, які працюють на всій території України, та міжнародні, які проводять роботу, окрім України, ще в якій-небудь одній або кількох країнах;

- сфер діяльності. Виходячи з того, що в державі існує потреба в забезпеченні високоякісного життя суспільства й за сферами діяльності існує два типи громадських організацій: ті, які працюють лише в окремо взятій сфері (наприклад екологічній, соціальній, займаються захистом прав людини тощо), та організації, увага яких сконцентрована на одному напрямі та суміжних (наприклад, сферою зацікавленості організації може бути євроатлантична інтеграція України та, водночас, європейська інтеграція і безпека);

- якісним рівнем діяльності. Фактично цей принцип градації громадських організацій має неформальне значення, тому що не існує жодних критеріїв діяльності

громадських організацій, в тому числі й нормативно закріплених. Водночас, це є яскравим підтвердженням розвитку “третього сектору” в Україні, бо означає визнання прийнятих негласних правил, які в жодному випадку не суперечать чинному законодавству, проте визначають рівень діяльності та відповідно впливу на суспільне життя в державі;

- одноосібною або колективною діяльністю. Мається на увазі те, що громадська організація може декларувати свою діяльність лише від себе. Водночас, існують громадські організації, що створенні колективними діями, задля координації громадських організацій в тій чи іншій сфері (наприклад, такою організацією є Всеукраїнська громадська організація “Громадська ліга Україна-НАТО”). Якщо взяти саме тематику євроатлантичної інтеграції, в Україні безпосередньо або опосередковано діє більше ніж 120 організацій, які позиціонують свою діяльність, пов’язану з євроатлантичною інтеграцією.

Аналіз діяльності громадських організацій свідчить про те, що більшість з них мають багатовекторну спрямованість, і в цьому випадку сфера євроатлантичної інтеграції представляє собою один з напрямів їх діяльності. Суміжними в процесі діяльності за напрямом євроатлантичної інтеграції в багатьох випадках є сфера європейської інтеграції, а також проведення досліджень в галузі безпеки та міжнародних відносин.

Одним з показників ефективності діяльності громадських організацій в сучасних умовах є оцінка веб-сайтів громадських організацій щодо висвітлення євроатлантичного курсу України, проведена апаратом Національного центру з питань євроатлантичної інтеграції України.

Так, зі всіх громадських організацій, які беруть участь в процесі інформування громадськості з питань євроатлантичної інтеграції України, лише 33 мають власні сайти, з яких фактично працюють 23.

Веб-сайти були досліджені на предмет висвітлення інформації про діяльність організації в процесі поточного інформування громадськості з питань євроатлантичної інтеграції, аналітичної складової діяльності, інформації про проведення публічних заходів, викладення базової інформації про НАТО та його співробітництво з Україною, а також контактної-організаційної інформації про громадську організацію.

За результатами проведення дослідження, отримано загальний висновок, що висвітлення громадськими організаціями питань євроатлантичного курсу України на сьогодні є на рівні 19,6 %. Це вкрай низький показник, виходячи з загальної кількості організацій, які беруть участь в інформуванні громадян України.

За основними групами критеріїв результат виглядає наступним:

1. Інформація про безпосередню діяльність громадської організації в сфері євроатлантичної інтеграції – рівень інформування 18,1 %.

2. Поточна інформація з питань висвітлення реалізації курсу на євроатлантичну інтеграцію України – рівень інформування 21,5 %.

3. Базова інформація з питань євроатлантичної інтеграції України та НАТО – рівень інформування 11,2 %.

4. Базова інформація про об’єкт дослідження (саму громадську організацію) – рівень інформування 67,5%.

Слід зазначити що, більшість громадських організацій, які мають робочі веб-сайти (14), знаходяться у м.Київ. Дослідження веб-сайтів показує про недостатнє інформаційне забезпечення щодо висвітлення питань євроатлантичної інтеграції України. Фактично якщо взяти профіль діяльності, то жодна організація, окрім

“Громадської ліги Україна- НАТО”, не діє в окремо взятому сегменті – інформування громадян щодо євроатлантичної інтеграції України. Тому на багатьох веб-сайтах інформаційний аспект щодо євроатлантичної інтеграції або не висвітлюється, або висвітлюється на не достатньому рівні.

В ході консультації Україна-НАТО на рівні міністрів оборони 4-5 жовтня 2006 року у м. Сінтра (Португалія) було підписано Лист про наміри із запровадження Мережі партнерства Україна-НАТО щодо підвищення обізнаності громадянського суспільства. Створення Мережі сприяє поглибленню громадянського контролю над реформуванням сектору безпеки і оборони України за рахунок вдосконалення шляхів залучення до цього процесу громадськості. 7 грудня 2006 року у штаб-квартирі НАТО під час засідання СРГ ВР у форматі “ключової групи” відбулась презентація проекту Концепції створення та функціонування Мережі партнерства, яку було обговорено та затверджено під час засідання IV Асамблеї “Громадської ліги Україна-НАТО” у березні 2007 року.

Залучення потенціалу громадянського простору до питань інформування широких кіл українців як про саму Організацію Північноатлантичного договору, так і про співробітництво України з НАТО – є одним з пріоритетних напрямів у діяльності держави в сфері євроатлантичної інтеграції нашої країни. Важливість на нинішньому етапі досягнути якісно нового рівня поінформованості з цих питань громадян, мабуть, можна не обґрунтовувати. Досягнути цього без залучення громадських організацій неможливо. Це, до речі, доведено на практиці нашими сусідами – державами, які нещодавно стали членами Альянсу. Наприклад, Словаччиною, яка у власному євроатлантичному поступі активно залучала громадські організації до інформаційної роботи – перед вступом до НАТО в країні громадськими організаціями було реалізовано 60 проектів з інформування населення з питань пов’язаних з НАТОвською тематикою.

Для України, особливо сьогодні, коли розбудова громадянського суспільства є одним з важливих чинників демократичного поступу держави, спільна робота з громадськими організаціями в будь-якій сфері, в тому числі й в питаннях інформування населення з євроатлантичної інтеграції, є механізмом, який дозволить насправді підтримати розвиток “третього сектору”. Залучення владою громадських організацій до активнішої участі в процесі інформування громадськості з питань євроатлантичної інтеграції та всебічна підтримка ініціатив останніх в цьому напрямі можуть створити передумови для появи дійсно стабільних гравців громадянського простору, які у майбутньому можуть розширити сферу своєї зацікавленості й, насправді, стати саме партнерами влади.

У цьому контексті не можна не згадати Державну програму інформування громадськості з питань євроатлантичної інтеграції 2004-2007 років та Державну цільову програму інформування громадськості з питань євроатлантичної інтеграції на 2008-2011 роки. І перша, і друга передбачають широке залучення громадських організацій до їх виконання. Зважаючи на те, що 2008 рік є першим щодо другої програми, то хотілося б сконцентрувати увагу на ній. В програмі заплановано участь громадських організацій в усьому спектрі передбаченої роботи – від соціологічних досліджень до конкретних заходів. Крім того, передбачається створення регіональних програм з інформування населення з питань євроатлантичної інтеграції. І тут відкривається достатньо можливостей для розвитку або започаткування співпраці щодо просвітницької роботи з питань євроатлантичного поступу України між владою і громадськими організаціями. Особливо це важливо для регіонального рівня – бо саме об’єднання громадян, діяльність яких обмежується територією якогось міста чи регіону, є найближчими і такими, яким довіряє і до яких прислуховується пересічний українець.

Водночас, треба відмітити, що подібний діалог відбувається і сьогодні. При обласних державних адміністраціях створюються громадські ради з питань європейської та євроатлантичної інтеграції, інформаційні центри, розробляються програми інформування з євроатлантичної інтеграції на регіональному рівні, які також передбачають активне залучення до цього процесу представників регіональних громадських організацій. Проте, це лише початок шляху.

Але, заради справедливості, необхідно відмітити, що державна влада, виходячи з досвіду реалізації Державної програми інформування громадськості щодо євроатлантичного курсу України, зробила відповідні висновки щодо ролі та місця громадських і неурядових організацій та установ у цій сфері.

Будь-яка інформаційна стратегія має задовольняти певні вимоги, серед яких – інформування ЗМІ про важливі заходи та події в політиці євроатлантичної інтеграції держави взагалі та діяльності окремої громадської організації, яка має напрям роботи інформування громадськості з цих питань; проведення і забезпечення публічності масових подій, а також виробництво та розповсюдження інформаційних матеріалів, орієнтованих на певні цільові групи населення, публікацію бюлетенів та проведення соціологічних досліджень. Крім того, досягнути успіху неможливо без аналізу та моніторингу інформації, відбору та аналізу інформації з євроатлантичної тематики в друкованих і електронних ЗМІ як регіонального, так і загальнодержавного рівня і, нарешті, створення власних веб-сторінок.

Фактично йдеться про три головні функції інформаційного забезпечення діяльності в певній сфері – просвітництво, розширення внутрішніх і зовнішніх контактів та популяризацію діяльності самої громадської організації. Форми та методи інформаційної діяльності практично не мають меж – вони залежать від творчої наснаги її виконавців. Однак, зупинимося на класичних принципах, без яких інформування громадськості з будь-якої тематики, зокрема і євроатлантичної, ніколи не досягне поставлених цілей. На першому місці стоїть доступність та об'єктивність інформації, яка розповсюджується. На другому – дотримання вимог законодавства в сфері інформації. Третьою обов'язковою умовою є системність та безперервність такої роботи.

Нині, мабуть, головним завданням у сфері інформування громадськості з питань євроатлантичної інтеграції є просвітницька робота. Підставу це стверджувати дають соціологічні опитування, які засвідчують, що близько третини громадян України відчувають потребу в знаннях про Організацію Північноатлантичного договору.

Освітня робота з населенням як така починається з всебічного вивчення проблеми, аналізу хибного уявлення чи знань, у даному випадку з євроатлантичної тематики. Потреба в освітній роботі щодо НАТО та зв'язків Україна-НАТО, як відомо і як неодноразово наголошувалося, витікає, передусім, з живучими міфами про Альянс, закладеними ще радянською пропагандою, та недостатньою, насамперед, з боку держави роботи з інформування українського суспільства з цих питань. Тому в цьому плані є необхідність в постійному інформуванні населення про події в сфері євроатлантичної інтеграції, переваги та користь яку отримує країна в цілому від співпраці з НАТО.

Системність і послідовність такої роботи закладається в інформаційних кампаніях, під час проведення яких визначалися б цільові групи для інформування та комунікативні завдання для кожної з них, способи їх реалізації та оцінки. Крім того, не можна забувати про постійний аналіз стану справ у сфері інформуванні населення з подальшим уточненням інформаційної проблеми, а в разі необхідності, корегування

“малих” цілей і форм проведення кампанії. Крім того, для успішності їх реалізації не можна залишати поза увагою “зворотний зв’язок” з громадськістю та ЗМІ.

Класична модель комунікативного двостороннього процесу виглядає так:

1. Визначення суспільно важливої проблематики (в даному випадку – це питання євроатлантичної інтеграції та їх місця в житті українського суспільства).

2. Визначення складу цільової аудиторії (на кого конкретно спрямовуватиметься інформація).

3. Знаходження найефективніших методів комунікації для досягнення запланованого результату в кожній конкретній групі.

4. Способи мотивації людей, які будуть використовуватися під час роботи.

5. Визначення партнерів – установ, організацій, окремих структур, співпраця з якими дозволить досягнути найкращого результату.

В реальному житті успішна реалізація такої моделі залежить від потужності самої громадської організації та її фінансових можливостей, бо, як відомо, лише моніторинг громадської думки – річ недешева.

Інформаційно-роз’яснювальна (просвітницька) робота серед населення є успішною, лише в разі врахування деяких особливостей, зокрема:

1. Ефективніше спрямовувати діяльність на все населення, безпосередньо на так званих “лідерів” – людей, які користуються авторитетом та можуть представляти інтереси в цілому всієї цільової групи. Це дозволяє сконцентрувати наявні ресурси і досягти максимального результату при їх обмеженій кількості.

2. Як відомо, краще побудувати новий будинок, ніж постійно ремонтувати старий, тому не має сенсу вкладати ресурси в руйнування негативних стереотипів, а краще – сформулювати новий погляд за допомогою демонстрації переваг, у даному разі – приєднання України до системи європейської безпеки, якою і є НАТО.

3. Дискусію треба будувати за принципом “Так, але...”, тоді в свідомості учасників залишаються ваші аргументи й не виникає протиставлення будь-яким вживанням „ні”.

4. Повідомлення та інформація мають бути подані таким чином, щоб вони торкалися реального людського життя, бо аудиторія реагує лише на те, що може впливати на поліпшення або погіршення якості життя конкретної людини.

Фактично без фінансової підтримки з боку держави, але за сприяння Національного центру з питань євроатлантичної інтеграції України, Міністерства закордонних справ України, Державного комітету телебачення і радіомовлення України, місцевих органів державної влади, Центру інформації і документації НАТО в Україні, посольств країн-членів НАТО в Україні громадські організації проводять низку інформаційних заходів з євроатлантичної тематики – семінарів, конференцій, “круглий стіл”, освітніх курсів, конкурсів тощо. Левова частка їх відбувається саме в східних та південно-східних регіонах – Луганській, Херсонській, Донецькій, Миколаївській областях, Автономній Республіці Крим та Севастополі, а також в західних і центральних областях. Найбільш активними серед всеукраїнських організацій у громадському просторі щодо інформування громадськості з питань євроатлантичної інтеграції є “Громадська ліга Україна-НАТО”, Атлантична рада України, Інститут трансформації суспільства, Фонд “Демократичні ініціативи”, Інститут євро-атлантичного співробітництва та інші. Важливим є те, що частина цих заходів проводилася спільно з вищими навчальними закладами, а частина мала за мету поширення знань з НАТОвської тематики серед працівників книгозбірень, бо педагоги й бібліотекарі є не лише пасивними носіями інформації, а передусім, в силу своєї професійної діяльності – її розповсюджувачами.

Саме в бібліотеках на рівні областей продовжується практика створення інформаційних центрів, стендів та куточків з питань євроатлантичної інтеграції.

Проведення публічних заходів з євроатлантичної тематики головним чином на регіональному та місцевому рівнях спрямовано на інформування найбільш активної частки громади України щодо євроатлантичних процесів. На такі заходи запрошуються вітчизняні та іноді зарубіжні експерти. А розробка та реалізація таких програм та інформаційно-освітніх заходів формують неупереджене бачення громадянами України Північноатлантичного альянсу на сучасному етапі світового розвитку та необхідність у перспектив набуття членства в Альянсі. Тобто це, певною мірою, мозкові штурми в різних регіонах України із залученням експертів у сфері євроатлантичної інтеграції та міжнародного досвіду.

Водночас, публічні заходи, особливо ті, що висвітлюються мас-медіа є ефективними й з тієї точки зору, що озвучена на них інформація стає доступною не лише для учасників, а й завдяки ЗМІ – поширюється на значно більшу аудиторію.

Публічні заходи, які становлять інтерес для мас-медіа, мають відповідати певним критеріям. Це те, що у події бере участь велика кількість людей, захід проходить у незвичному форматі, в ньому беруть участь відомі люди, подія відбувається в період інформаційного затишшя – вихідні чи святкові дні, питання, у даному випадку євроатлантичної інтеграції України, знаходяться у центрі уваги преси. Організуючи їх, треба мати на увазі, що навіть якщо це не прес-конференція, то обов'язковим є прес-реліз та у разі потреби додаткові пояснювальні матеріали. Крім того, бажано передбачити, в разі запитів ЗМІ, можливість підходу преси до головних учасників, які можуть оперативно і зрозуміло розказати про найголовніше, що буде порушуватися чи на семінарі, чи на “круглому столі”, чи конференції тощо. Причому це робиться протягом першої години проведення заходу, бо, як правило, більшість журналістів цікавляться лише “новинним” аспектом публічної події.

Успіх проведення публічних заходів залежить від вдало підбраного складу доповідачів, правильно обраного часу – він не може збігатися з іншими важливими подіями; місця проведення, до якого можна легко дістатися, а у приміщенні зручно працювати операторам та фотокореспондентам.

Жодний публічний захід не може бути проведено якісно без підготовки медіа-супроводу. Складовими останнього є розсилка за 5-7 днів цільовим ЗМІ (районні і міські газети; міське радіо; місцеве телебачення; обласні газети, радіо і телебачення; українські і закордонні інформаційні агентства; Інтернет-газети, портали новин) прес-анонсів, які мають відповідати на три запитання: що відбудеться, де, хто буде брати участь. Напередодні заходу розсилка повторюється або до редакцій надсилаються по два особистих запрошення – для редактора та журналіста, який працює в даній тематиці. До медіа-супроводу входять також прес-паKET, який отримують журналісти безпосередньо перед заходом і до якого входять прес-реліз до події; пояснювальні матеріали, які можуть складатися із статистичної інформації, коментарів, додаткових матеріалів (тези доповідей), які допоможуть журналістам побачити повну картину події. По закінченню заходу прес-паKET бажано надіслати в редакції, журналісти яких не змогли завітати на захід. Водночас, до першого варіанта прес-релізу бажано додати “живі” цитати учасників та цікаву інформацією, яка була озвучена у ході заходу.

Не секрет, що найбільше інформації сучасна людина отримує завдяки засобам масової інформації, тому для досягнення максимальної ефективності в роботі громадських організацій з підвищення поінформованості української спільноти з питань євроатлантичної інтеграції необхідна їх тісна співпраця зі ЗМІ, які забезпечують

формування та передачу інформації значній кількості людей, які проживають на достатньо великій території.

Успіх у співпраці з журналістами передусім залежить від того, чи зможе громадська організація побудувати з ними по-справжньому партнерські відносини. В їх основі лежить всіляке сприяння роботі ЗМІ та їх заохочення до спілкування. Це допомога в пошуку потрібної мас-медіа інформації, залучення редакторів до участі в різних дискусіях як учасників чи, скажімо, членів журі конкурсів, різного роду відзначення роботи журналістів. І особливо важливо налагодження особистих контактів з тими представниками ЗМІ, в полі зацікавленості яких є теми євроатлантичної інтеграції України, безпеки та міжнародних відносин. Останнє набагато важливіше, ніж якісь разові публічні заходи. І ще один секрет спілкування з пресою – ніколи не конфліктувати. Особисте ставлення журналіста до організації чи людини, яка її представляє, дуже часто можна прослідкувати в публікації. Тому не можна ображатися, якщо ЗМІ зігнорували ваш захід – цьому можуть бути об’єктивні причини.

До форм співпраці зі ЗМІ відносять:

- прес-конференції та брифінги;
- конференції, дискусії, “круглі столи”;
- різноманітні виставки та конкурси;
- прес-релізи;
- семінари, особисті зустрічі;
- електронне спілкування за допомогою Інтернету;
- спілкування у форматі теле- та радіопроекти, інформаційні та рекламні ролики;
- навчальні тренінги для журналістів з певної тематики;
- прес-кава – зустрічі з журналістами у неформальній обстановці.

Родзинкою відносин з мас-медіа є чисто людський фактор – поздоровлення з професійним та загальноновизнаними святами. Крім того, корисним є проведення журналістських конкурсів на краще висвітлення євроатлантичної тематики на шпальтах їх видань та в теле- і радіоефірі. Це поряд з розповсюдженням інформації заохочує мас-медіа до об’єктивності в подачі інформації.

Спілкування з мас-медіа поряд з великими перевагами має не менші ризики. Тому завдання стоїть – не лише зробити журналістів своїми партнерами, а й мінімізувати можливий негатив, який може й скоріше за все буде з’являтися в пресі. Для цього існує правило – ніколи не уникати спілкування з ними.

Працюючи зі ЗМІ, треба добре уявляти собі, що є головними рисами журналістської професії як такої і що насправді може їх зацікавити. Сенс нинішньої журналістики – пошук новин і скандалів та джерел інформації. І ніхто як ЗМІ не відчуває настрої, які панують в суспільстві. Водночас, журналісти не вивчають ситуацію досконально (винятки – журналістські розслідування, які є нині скоріше диковинкою, ніж звичним явищем) і в ніякому разі не потребують надлишку інформації.

З іншого боку сама суть ЗМІ – пошук інформації. І якщо на публічному заході зібрані експерти, які можуть надати фахову та достовірну інформацію – те що полегшує роботу журналіста, а громадській організації – співпрацю з мас-медіа. До речі, журналісти самі будуть звертатись за коментарями до людини чи організації, котрі вміють цікаво розповідати про суспільно важливі проблеми.

Під час співпраці з мас-медіа треба уникати найпоширеніших помилок, а саме:

- не писати великих прес-релізів та інформаційних пакетів – найприйнятнішим об’сягом є одна сторінка;
- не викривляти факти та не давати занадто прикрашену інформацію;

- не згадувати без вагомої причини знакових імен;
- не затягувати відповідь та не ігнорувати запити від ЗМІ;
- не вести з журналістами розмови ні про що – говорити потрібно по темі й бажано стисло;
- спокійно сприймати відмову у висвітленні заходу.

Чи не найефективнішою формою роботи зі ЗМІ є прес-конференції та брифінги. Це живе спілкування, яке дозволяє максимально розкрити тему, а з іншого боку – зацікавити журналістів інформацією, яка в момент прес-конференції є другорядною та яка в подальшому сприяє максимальному розкриттю теми, акцентуючи увагу ЗМІ на нюансах.

Прес-конференція – це офіційна тематична зустріч з журналістами, які на основі отриманої інформації формують різнопланові повідомлення – новини, репортажі, статті. На прес-конференції, аби інформація не розпорошувалася, бажано висвітлювати одну чи дві головні теми (події, новини) і дотримуватися принципу – один доповідач з однієї теми. Водночас, особливістю прес-конференцій є те, що вони мають високу насиченість інформацією, тому потребують не лише прес-релізу з головної теми, а й сформованого прес-паketу, в якому можуть бути висвітлені теми, які доповнюють, конкретизують головну тему.

Брифінги – короткі регулярні зустрічі з журналістами, де останні отримують інформацію про конкретну подію чи проблему.

Оголошення про прес-конференцію чи брифінг, як, до речі, й інший публічний захід, має відбутися за 5-7 днів, але напередодні потрібно ще раз повідомити ЗМІ.

До форм роботи зі ЗМІ також відносяться прес-релізи про так би мовити “рядові” події. Вони не є інформаційно насиченими, не потребує уточнень, але все-таки варто уваги мас-медіа. Це коротка письмова інформація, одночасно розповсюджувана організацією серед різних ЗМІ. Такий прес-реліз – коротка інформація про події, новини (на одну-півтори сторінки) пишеться так само, як і будь-яка інша газетна стаття. Водночас, він повинен мати чітку структуру й в цьому має бути викладено: що це за подія або повідомлення, що сталося або головна тема і подробиці, хто був причетний до неї та, можливо, інформація, яка є просто цікавою. Заголовок прес-релізу, з одного боку, є інформативним, з іншого – розкриває його зміст.

У першому абзаці кількома короткими реченнями передається суть повідомлення – це анотація події. Далі викладаються деталі та обставини події, починаючи з головних і продовжуючи другорядними. Бажано, щоб текст містив цитати, які допомагають донести до читача головні тези повідомлення. Окрім того, в прес-релізі обов’язково має бути вказано контактну особу, телефон та адресу організації-відправника.

Ще однією формою роботи зі ЗМІ є підготовка для них статей. Найбільш витребуваними у ЗМІ будуть матеріали, які містять різні коментарі та тематичні огляди. Однак треба уникати розповідей про саму організацію – це є рекламою, та подій, які стосуються вузького кола людей.

Необхідною передумовою успішного проведення євроатлантичної інформаційної кампанії повинна бути загальнонаціональна просвітницька робота зі всіма можливими шляхами розв’язання питань, пов’язаних з ідеєю євроатлантичної інтеграції.

Напрацьовані довідкові, інформаційні та інформаційно-аналітичні матеріали в сфері євроатлантичного прагнення України частково доводяться населенню через регіональну та місцеву систему спеціалістів Товариства “Знання України”, а також через 54 інформаційних стенди, якими опікується “Громадська ліга Україна-НАТО” та які

створені і діють на базі обласних універсальних наукових бібліотек і бібліотек вищих навчальних закладів.

Досвід багатьох східноєвропейських країн (членів НАТО), які знаходилися на етапі перебудови суспільного бачення стосовно НАТО, однозначно доводить, що успіх усіх реформ, пов'язаних з демократичними перетвореннями та схваленням суспільством євроатлантичних намірів, можливий лише за умов розуміння і сприйняття тих демократичних перетворень, які необхідно здійснити в Україні для набуття членства в Альянсі.

Цього можна досягти, лише маючи єдність поглядів на розвиток держави серед політичної еліти та громадянського суспільства та при їх тісній взаємодії. Саме цим шляхом ішли нові члени НАТО – країни Східної Європи та Балтії.

Використана література

1. Джердж С.Ф. Україна-НАТО: співробітництво заради безпеки / С.Ф. Джердж. – К.: Товариство “ЗнанняУкраїни”, 2007. – 96 с. – (Бібліотека українознавця).
2. Джердж С.Ф. Процес трансформації НАТО та можливості для України; за заг. ред. Джерджа С.Ф. – К.: ТОВ “Видавництво “Синопсис”, 2007. – 156 с.
3. Джердж С.Ф. Взаємодія громадських організацій та державних установ у здійсненні стратегічного євроатлантичного інтеграційного курсу України; за заг. ред. Джерджа С.Ф. – К.: ТОВ “Видавництво “Синопсис”, 2007. – 128 с.
4. Фурашев В.М. Національна безпека України: шляхи забезпечення, роль і місце суспільства. Євроатлантичний курс: монографія / В.М. Фурашев, С.Ф. Джердж. – К.: “Синопсис”, 2008. – 176 с.
5. Фурашев В.М. Інформатизація виборчих і референдумних процедур: один з аспектів практичної реалізації євроатлантичного курсу України: монографія / В.М. Фурашев, С.Ф. Джердж. – К.: Прес-КІТ, 2008. – 168 с.
6. Фурашев В.М. Система інформування громадськості з питань євроатлантичної інтеграції України; за заг. ред. В.М. Фурашева / В.М. Фурашев, О.В. Семіков, С.Ф. Джердж. – К.: Прес-КІТ, 2008. – 168 с.

~~~~~ \* \* \* ~~~~~