

Євроінтеграція очима студентів Інституту журналістики

Із застосуванням SWOT-аналізу досліджено сприйняття студентами інформаційних матеріалів щодо євроінтеграційних устремлень України.

Ключові слова: євроінтеграція, регіональні ЗМІ, SWOT-аналіз.

This article is devoted to studying (SWOT-analysis) of mass media influence on students as for the problem of relations between Ukraine and Europe.

Keywords: the relations between Ukraine and Europe, mass media, SWOT-analysis.

С применением SWOT-анализа исследовано восприятие студентами информационных материалов относительно евроинтеграционных устремлений Украины.

Ключевые слова: евроинтеграция, региональные СМИ, SWOT-анализ.

На замовлення Державного комітету з телебачення і радіомовлення Інститут журналістики провів навчальні семінари для представників регіональних засобів масової інформації. Тематика семінарів стосувалась підготовки статей і сюжетів із питань європейської інтеграції в регіональних ЗМК. Апробацію інформаційних матеріалів, розроблених лекторами й експертами для семінарів [1], проведено на студентах Інституту журналістики денної і заочної форм навчання. Всього було охоплено 63 особи віком від 17 до 35 років. З них – 80 % осіб жіночої статі, 20 % – чоловічої.

Для дослідження впливу лекції про євроінтеграційні устремління України на ставлення молоді до просування України в Європейський Союз застосовано метод SWOT-аналізу [2].

Абревіатура SWOT складається з перших літер англійський слів: сила, слабкість, можливості та загрози. Це широко визнаний підхід, який дає змогу вивчити внутрішнє налаштування організації (особистості, групи) і зовнішній вплив. У нашому випадку завдяки SWOT-аналізу можна встановити зв'язок між баченням аудиторією переваг та недоліків сучасного українського суспільства і уявленнями цієї ж аудиторії про можливості та небезпеки на шляху країни до ЄС. Відтак можна встановити причинно-наслідкові взаємозв'язки між ними і відкоригувати стратегію інформаційної кампанії зі створення позитивного ставлення людей до євроінтеграції.

Студентів 1–4 курсу Інституту журналістики, які прослухали матеріали тренінгу, попросили скласти список переваг і недоліків, можливостей і небезпек, які чекають Україну на євроінтеграційному шляху. Звісно, з урахуванням конкретної ситуації, в якій нині перебуває країна. Зразок анкети наведено в таблиці 1.

Таблиця 1.
Зразок анкети для SWOT-аналізу поглядів студентства на євроінтеграцію України

Проаналізуйте сучасний стан і перспективи процесу вступу України до Європейського Союзу	
Які переваги має Україна, що допоможуть їй вступити до ЄС	Які недоліки є в Україні, що заважають їй вступити до ЄС
Як посилити ці переваги	Як мінімізувати ці недоліки
Які можливості є в Україні, щоб досягти вимог, що їх висуває ЄС до країн-кандидатів	Які небезпеки чекають на Україну на шляху вступу до ЄС
Як реалізувати ці можливості	Як уникнути цих небезпек
Що позитивного матиме Україна, якщо вступить до ЄС	Що негативного може статися в Україні, якщо вона вступить до ЄС

До традиційних для SWOT-аналізу чотирьох запитань-квадратів, які фіксують уявлення про переваги-можливості-недоліки-небезпеки (статика), додано запитання про погляди людини на шляхи посилення переваг і можливостей та мінімізації недоліків і небезпек (динаміка). Крім того, додано ще два квадрати, які дають змогу оцінити ставлення аудиторії до можливих позитивів і негативів, що їх отримає Україна, нарешті вступивши до ЄС (прогноз). Таким чином, дотримано вимоги до пере-

конливості наукового дослідження (віддзеркалено досліджуване явище у статичній та динамічній зроблено спробу спрогнозувати його подальший розвиток). Звісно, опитування не претендує на всеукраїнське узагальнення. Його результати можна поширити хіба що на столичну студентську молодь гуманітарних спеціальностей.

Відповіді реципієнти надавали у довільній формі (так звані "відкриті запитання"). Тому обробка відповідей передбачала їх класифікацію для полегшення подальшої інтерпретації. Результат обробки отриманих даних наведено у таблиці 2.

Таблиця 2.

Ставлення студентів – майбутніх журналістів до євроінтеграції України

<p>Які переваги має Україна, що допоможуть їй вступити до ЄС Вигідне географічне розташування - 52 % Дешева робоча сила і природні ресурси - по 22 % Сприятливий клімат, чорнозем та наявність нафто-газопроводів - по 17 % Спільна історія, економічний та сільськогосподарський потенціал - по 13 % Прагнення населення до ЄС та його освіченість - по 9 % Інше - 5 % У нас немає переваг - 18 %</p> <p>Як посилити ці переваги Не знають відповіді - 56 % Досягти політичної стабільності - 10%, Рационально використовувати свої можливості - 10 %, Довести справи своє прагнення в ЄС - 10 %, Зберігати почуття власної гідності, будувати хороші дороги, розвивати аграрний сектор, газо- і нафтопроводи, а також рекламувати Україну в Європі побажали - по 5 %</p>	<p>Які недоліки є в Україні, що заважають їй вступити до ЄС Низький економічний рівень - 56 % Політична нестабільність - 52 % Корупція - 39 % Невизначеність народу і влади щодо просування чи в ЄС, чи в Росію - 30 % Низька якість життя населення - 22 % Погана влада - 17 % Різниця в розвитку країн, а також лицемірство, неосвіченість, нетерпимість та інші погані якості українців (поганим ми народ) - по 13 % Недосконалість судової системи, жадливий стан доріг, сусідство Росії, погане ставлення до України деяких країн ЄС - по 4-5 % Таких осіб, які б сказали, що недоліків немає, не виявилось.</p> <p>Як мінімізувати ці недоліки Не знають - 26 % Дали такі рецепти: змінити владу - 30 % (заклик, власне, до поганого народу) посилити економіку та довго-довго вчитися бути європейцями - по 9 % дотримуватись законів, однозначно спрямувати політику держави до вступу в ЄС, швидко вирішувати проблеми, боротися з корупцією - по 4-5 %</p>
<p>Які можливості є в Україні, щоб досягти вимог, що їх висуває ЄС до країн-кандидатів Не дали відповіді або не знають суть цих вимог - 52 % Знову згадали трудові і природні ресурси - 17 % Членство в СОТ і розвинену науку відзначили по - 9 % сказали, що таких можливостей немає - 4 %</p>	<p>Які небезпеки чекають на Україну на шляху вступу до ЄС Не дали відповіді - 39 % Непорозуміння чи навіть конфлікт з Росією - 40 % Зростання цін - 20 % Зростання конкуренції - 13 % Неготовність населення до європейських норм життя і</p>

<p>Як реалізувати ці можливості Не дали відповіді - 35 % Покінчити з політичним розбратом і налагоджувати стосунки з країнами-сусідами - по 22 % Поліпшити економіку та працювати, а не балакати по - 18% Боротися з корупцією (красти в міру) - 13 % Провести вибори - 4 %</p>	<p>ідентичність, будуть втручатись у наше внутрішнє життя на свою користь, Європа заволодіє нашими ресурсами та можливий конфлікт зі "старою Європою" - по 3-5 %</p> <p>Як уникнути цих небезпек Не дали відповіді 50 % Вести гнучку і зважену політику 20 % захистити свій ринок або ще раз подумати, чи треба Україні йти до ЄС - по 13 % жити для себе, а не для когось 10 % роз'яснювати населенню правду про ЄС - 5% уникнути небезпек неможливо вважають 8 %</p>
<p>Що позитивного матиме Україна, якщо вступить до ЄС вільне пересування Європою 80% підвищення рівня життя 50% політичну та економічну підтримку 22% спільний ринок та розвиток власних можливостей - по 10-13% покращиться імідж України в світі - 9% стабільну грошову одиницю, кращу якість товарів і послуг та кращі дороги - по 3-5%</p>	<p>Що негативного може статися в Україні, якщо вона вступить до ЄС Підвищення цін - 39 % нічого негативного не бачать - 26 % Занепад вітчизняного виробництва внаслідок конкуренції - 25 % Проблеми з Росією - 20 % Україна попаде під вплив інших країн ЄС 13 % Залучення українців до військових дій та виїзд людей з України - по 9 % З'являться додаткові обов'язки і зросте розрив між багатими і бідними - по 3 %</p>

Як і варто було очікувати, переважна більшість респондентів вважають, що членство України в Євросоюзі забезпечить українцям вільне подорожування європейськими країнами і високі стандарти життя. Значно менше опитаних молодих людей цікавить покращення їхніх громадянських прав і захист національної безпеки.

З іншого боку, більшості опитаних невідомо, які вимоги має виконати Україна, щоб її прийняли до ЄС. Крім того, поширена думка, що "в Європі нас не чекають" і всі наші зусилля марні.

У багатьох анкетах респонденти у тій чи іншій формі висловлювали думку, що Європейський Союз до України ставиться занадто прискіпливо. Мовляв, інших одразу приймали. А українці чим гірші? Тому ми повинні гордо схрестити руки і чекати, коли нас запросять.

Це неприємна тенденція. Можливо, проявляються залишки дитячого інфантилізму в свідомості молодих людей. А можливо, і свідчення вкорінених ментальних недоліків, коли людина вважає, що їй всі навкруги щось винні. І це замість того, щоб "засукати рукави" і працювати над собою. Частина відповідальності за таке споживацьке ставлення несуть і ЗМІ, часто-густо роблячи наголос на претензіях, що їх до нас висуває ЄС, не деталізуючи наші внутрішні проблеми, які породжують ці

претензії. І зовсім уникаючи пояснень, що ж нам треба зробити, щоб усунути подібні претензії.

Тобто, мало журналістам писати в стилі "Ой, як погано!" або "Ой-ой-ой, як добре!" Журналісти самі мають мислити і розрізняти, що саме "погано", чому погано, що і як треба зробити, щоб стало "добре".

Після обробки й класифікації відповідей їх занесено у матрицю SWOT для виявлення зв'язку між перевагами, недоліками, можливостями і загрозами. Зразок матриці SWOT наведено в таблиці 3.

Таблиця 3.
Зразок матриці SWOT

	Можливості 1. 2.	Небезпеки 1. 2.
Переваги 1. 2.	Поле ПЕМ	Поле ПЕН
Недоліки 1. 2.	Поле НЕМ	Поле НЕН

У розділи-чарунки переваг і недоліків вносять усі виявлені і класифіковані переваги і недоліки. У верхній частині матриці у відповідні розділи вносять виявлені та класифіковані можливості й небезпеки. У цьому дослідженні ми вносили до таблиці найхарактерніші відповіді.

На перетині розділів виникають чотири поля. У кожному з них було розглянуто всі можливі парні комбінації і виділено ті, які варто врахувати у висвітленні проблеми євроінтеграції України (як рекомендації до процесу навчання представників регіональних ЗМІ). Тобто застосовано так званий м'який SWOT-аналіз, побудований на нечітких оцінках, із рейтингуванням виявлених парних комбінацій.

Стосовно тих парних комбінацій, які виявлено в полі ПЕМ, треба розробляти стратегію використання сильних сторін, щоб отримати максимум віддачі від внутрішніх і зовнішніх переваг.

Для пар, виявлених у полі НЕМ, треба налаштуватися так, щоб завдяки наявним можливостям мінімізувати наявні ж недоліки.

Якщо виявлено пару в полі ПЕН, то стратегія передбачатиме використання переваг України для усунення небезпек.

Нарешті для пар, які з'явилися у полі НЕН, Україна має виробити таку стратегію, яка б дала можливість і позбутися недоліків, і спробувати запобігти можливим небезпекам.

За результатами аналізу даних створено матрицю, наведену в таблиці 4.

Таблиця 4.
SWOT-матриця парних комбінацій
(на даних опитування студентської молоді)

	Можливості 1. Розвинена наука 2. Сприятливий клімат. 3. Дешева робоча сила. 4. Прагнення населення до ЄС 5. Економічний та сільського сподарський потенціал.	Небезпеки 1. Можливий конфлікт із Росією. 2. Зростання цін. 3. Занепад вітчизняного виробництва внаслідок конкуренції. 4. Можна втратити свою ідентичність. 5. З'являться додаткові обов'язки.
Переваги 1. Вигідне географічне розташування. 2. Наявність нафто- і газопроводів. 3. Природні ресурси. 4. Освічене населення. 5. Членство в СОТ.	1. Членство в СОТ+ економічний та сільського сподарський потенціал = спільний ринок та розвиток власних можливостей. 2. Вигідне географічне розташування+ дешева робоча сила= будівництво нових доріг 3. Природні ресурси+ розвинена наука=покращення ситуації в енергетиці та в аграрному секторі.	1. Наявність нафто- і газопроводів мінімізує можливий конфлікт з Росією. 2. Освіченість населення дає можливість переорієнтувати неконкурентне виробництво. 3. Членство в СОТ збалансує зростання цін в одному секторі зменшенням цін в іншому.
Недоліки 1. Різниця в розвитку (низький економічний рівень). 2. Політична нестабільність. 3. Корупція. 4. Неготовність населення до європейських норм життя і праці. 5. Жахливий стан доріг. 6. Погане ставлення до України більшості країн ЄС.	1. Розвинена наука і дешева робоча сила з часом зменшать різницю в розвитку. 2. Прагнення населення до ЄС змусить його підтягнутись до європейських норм праці й зменшити корупцію. 3. Сприятливий клімат + дешева робоча сила приваблять більше європейців відвідувати Україну, а це сприятиме покращенню їхнього ставлення до нас.	1. Політичну нестабільність і можливий конфлікт із Росією можна вирішити, зокрема, шляхом обрання некорумпованої, виваженої влади. 2. Неконкурентноздатність вітчизняного виробництва і населення можна подолати розвитком освіти і науки 3. Розвиваючи кращі риси національної ідентичності і використовуючи "совкові" норми життя можна покращити ставлення ЄС до України

У полях ПЕМ/НЕМ/ПЕН/НЕН наведено можливі варіанти розстановки акцентів під час висвітлення деяких аспектів євроінтеграції. Таке використання наявних у людей позитивних стереотипів сприятиме послабленню наявних у них же негативних очікувань. Тобто таке нечітке причинно-наслідкове моделювання дає змогу реалізувати сутність SWOT-аналізу, а саме: перетворення власних слабкостей у силу та усунення зовнішніх і внутрішніх небезпек за рахунок власних можливостей.

Всім, хто професійно займається євроінтеграцією, відомо, що міждержавні відносини визначаються економічними й геополітичними інтересами, а не

будуються на симпатіях/антипатіях чи альтруїзмі. Ситуація з можливим входженням нашої країни до ЄС не виняток. Хоча, слід визнати, що наше геополітичне й економічне становище контраверсійне. З геополітичного погляду членство внаслідок вдалого географічного розташування України було б вигідне для ЄС. Аби не ревності Росії, з якою Європі сваритися — це шкодити власним європейським інтересам. З огляду на економіку також положення неоднозначне: з одного боку Україна — великий перспективний ринок, а з іншого — корупція, низька купівельна спроможність населення, яке до того ж всіляко намагається виїхати жити і працювати в "стару Європу".

Звісно, ми себе вважаємо невід'ємною частиною європейської історії й культури, а отже, прагнемо туди повернутися. З нашого погляду це ніби й правомірно. Але не завадило б поцікавитись, чи так само вважає Європа. Крім того, влада за всі роки незалежності так і не виробила єдиних позицій у питаннях вступу до НАТО та інтеграції у ЄС. На відміну, до речі, від усіх країн східної Європи, що їх порівняно нещодавно прийняли до ЄС. Країн, яким ми так заздрили і на які вказуємо пальцем "старій Європі": чому, мовляв, ви їх взяли під свою парасольку, а нас — ні. Тому і не взяли, що ми ще й досі залишаємось пострадянською, а не європейською державою.

Ознаками цього є відсутність єдиного погляду і політикуму, і населення на національні пріоритети, відсутність справжніх соціальних й економічних реформ, відсутність судової гілки влади (те, що у нас є на цьому місці, в Європі справжньою судовою владою вважатися не може). Натомість є забагато корупції, забагато гасел, забагато вимог і очікувань. І мало справ і реального саморозвитку.

Чи знайомі населенню України з вимогами, які слід виконати, щоб ставити питання про вступ до ЄС? А це ж санітарні вимоги, стандарти доквілля, соціальна сфера, енергетика, агросектор і харчова промисловість, військові питання, торгівля, зв'язок, наукові дослідження, адаптація національного законодавства до європейського тощо. На кожен напрям потрібен свій алгоритм виконання і, власне, саме виконання. А це роки роботи. А тут світова фінансова і внутрішня політична кризи... Виникають обґрунтовані сумніви у нашій внутрішній стабільності, а отже, і в послідовності євроінтеграційних устремлень. І все-таки євроінтеграція рухається, бо шлях у протилежному Європі напрямку — це тупик. Ми це вже проходили і знаємо, як живеться в радянсько-імперському раю. Україні вкрай потрібні безпека, добробут і справедливість, а досягти цього можна лише разом із ЄС.

При цьому роль засобів масової комунікації не оціненна у висвітленні всіх цих проблемних питань і

в налаштуванні населення на продуктивну роботу й позитивне євромайбутнє. При цьому розмова з читачем має бути відвертою, бо тільки такий підхід може викликати довіру і позитивно вплинути на процес євроінтеграції. А завдання ЗМК на цьому етапі — поширення спільних європейських цінностей, стандартів і норм, налаштування людей на спокійну, усвідомлену, наполегливу працю.

Адже відомо: людським сприйняттям можна керувати, якщо засобами масової комунікації одні повідомлення посилювати, а інші — послаблювати. Таким чином можна (щоправда на порівняно короткий термін) змоделювати у свідомості населення потрібну реальність. Проте протягом тривалого терміну сприйняттям керувати складно. Це можуть робити лише ЗМІ, які мають стійку позитивну репутацію у цільовій аудиторії [2].

Ця репутація формується протягом багатьох років і складається з того, що споживач знає про конкретну газету (програму), що говорять про неї його близькі і знайомі (референтна група), що про неї пишуть інші ЗМІ, який у читача є досвід (якщо є) особистого спілкування з газетою тощо. І якщо у пам'яті читача є негативні спогади про газету (неперевірена інформація, відкрита брехня, замовні статті...), то і довіри до її публікацій не буде.

За даними різних соціологічних досліджень люди не дуже довіряють ЗМІ й часто-густо налаштовані сприймати будь-яку інформацію, опубліковану в пресі, радіо чи ТБ, як рекламно-замовну. Особливо це стосується телевізійних новин, яким цілком чи більшою мірою довіряють переважно люди старшого пенсійного віку (яким понад 60–70 років). До речі, ці дані мають стривожити ЗМІ, які люблять "джинсу". Увага, панове! Заробляючи сьогодні грубі гроші та негативну репутацію, ви рубаєте сук, на якому сидите. Ризикуєте зникнути з ринку, коли відійде старше покоління. А ще раніше вам перестануть замовляти рекламу, оскільки люди старшого віку рекламодавцям мало цікаві. До того ж людське сприйняття має певну інерцію, і пошкодити репутацію простіше, ніж її відновити.

Але якщо газета заслужила читацьку довіру, якщо споживач звик, що ця газета публікує зважену, перевірену інформацію, а не "відробляє замовлення", то це саме те видання (канал, програма), до якої варто звертатися із розміщенням інформації про євроінтеграцію.

І тут на перший план виходить проблема жанрової бідності: питання євроінтеграції частіше можна зустріти лише в офіційних повідомленнях, прес-релізах та прес-конференціях. Інші інструменти використовуються слабо. До того ж і прес-реліз газетарі часто передрукують слово в слово, а писані вони, як правило, суконною канцелярською мовою. Журналісти ніби забули, як їх вчили на лекціях із

журналістської майстерності: шукайте насамперед історію, драму, конфлікт інтересів. Тоді у людей з'являється цікавість до публікації, бо вона "вибивається з ряду", не схожа на потік "заказухи", а отже, розміщена в ній інформація варта довіри. Більше таких матеріалів – підвищення репутації ЗМІ, а отже, можна сподіватися на тривалі стосунки з аудиторією.

Щоправда, така робота потребує зусиль. Звісно, легше і простіше передрукувати суху офіційну інформацію або замовну статтю й отримати гроші. А про те, що станеться завтра, нехай думає хтось інший. Наприклад, власник ЗМІ. Це йому потрібна репутація газети, бо він сьогодні вкладає кошти і хоче завтра отримати прибуток. Це він має знати, що репутація газети, довіра аудиторії й інвестиції від рекламодавців – тісно пов'язані речі. Проте за нинішніх умов ЗМІ створюються не стільки заради прибутку, скільки заради олігархічно-партійних цілей, або заради піару центральної чи місцевої влади на кошти платників податку. Тому і маємо те, що маємо.

Мабуть, не варто довго доводити, що всіма справами, які вимагають спеціальних знань у певних галузях (в тому числі й у галузі євроінтеграції), мають займатися відповідні професіонали. Краще – у співпраці з експертами. Тому варто ширше використовувати інтерв'ю з такими людьми.

Різницю між професіоналами й експертами можна пояснити так. Професіонал прекрасно орієнтується в конкретній сфері. І може з певною ймовірністю передбачати поведінку відповідних об'єктів в межах дії законів, характерних для цієї сфери. Експерт – це теж професіонал, але який до того ж розуміє характер впливу зовнішніх (до даної конкретної сфери) чинників. Бо в світі "все впливає на все". І, як наслідок, експерт може зі значно більшою ймовірністю передбачити реальну поведінку об'єктів цієї сфери в значно більшій кількості ситуацій. Оскільки бере до уваги не лише дію внутрішніх законів, а й

вплив зовнішніх чинників. Бо експерт постійно відстежує динаміку різних об'єктів із суміжних сфер та зв'язки між ними.

Отже, експерт ерудованіший, ніж професіонал, оскільки він орієнтується у багатьох суміжних галузях. А професіонал глибший за експерта у своїй конкретній галузі. Іншими словами, експерт знає, що за певних умов щось має статися, а професіонал знає, як це відбуватиметься.

Для подальшого оцінювання ефективності висвітлення проблем євроінтеграції в регіональних ЗМК потрібна спеціальна програма. Вона б мала передбачати моніторинг протягом певного часу (1–3 роки) як публікацій на євротематику, так і динаміки сприйняття аудиторією процесу євроінтеграції.

Головне, щоб висвітлюючи це питання, регіональні ЗМІ пов'язували наслідки євроінтеграції з потребами особистості, соціальної групи, конкретного регіону та суспільства в цілому. Це стимулюватиме людей до активності, залучатиме їхні знання, можливості, внутрішні мотиви, надихатиме на діяльність задля отримання кінцевого результату – безпечного, стабільного, заможного життя в спільному європейському домі.

1. *Євроінтеграція України: крок за кроком.* Інформаційно-аналітичні навчальні матеріали з питань висвітлення в регіональних ЗМІ європейської інтеграції / О. Рибачук, Б. Носова, О. Чекмишев, Ю. Нестеряк, В. Корнєєв. – К. : Ін-т журналістики, 2008. – 62 с.

2. *Корнєєв, В. М.* Експлікація прихованого впливу публіцистичного тексту : автореф. дис. ... к. філол. н. : 10.01.08 / В. М. Корнєєв ; КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2002. – 19 с.

3. *SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій підприємства* : навч. посіб. для вищ. навч. закл. / Л. В. Балабанова (ред.). – Донецьк : Донецький держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М. І. Туган-Барановського, 2001. – 180 с.

