



Михайло Сорока,

*заступник генерального директора Укрінформу,
голова Київської спілки журналістів НСЖУ*

ЄВРО-2012: ЕКЗАМЕН І ШАНС ДЛЯ УКРАЇНИ

Ці кадри вже багато разів демонструвалися різними телеканалами світу. Та найчастіше, звичайно, в Україні та Польщі. Президент

Союзу європейських футбольних асоціацій Мішель Платіні дістає з великого конверта листок і на ньому бачимо два слова: «POLAND, UKRAINE». І в ту ж мить частина залу, де присутні представницькі делегації з цих країн, вибухає сплеском радісних емоцій: перемога!

Сталася ця подія 18 квітня 2007 року в столиці Уельсу Кардіффі. Виконком УЄФА прийняв того дня рішення доручити проведення фінальної частини Чемпіонату Європи з футболу 2012 року Україні та Польщі. Як відомо, крім них, за право прийняти Євро-2012 змагалися також Італія і тандем Угорщина–Хорватія. За українсько-польський проект проголосували сім з дванадцяти членів Виконкому.

Ця перемога, звісно, викликала сплеск радості не тільки у залі, де було оголошено вердикт УЄФА, а й хвилю піднесення й ентузіазму в обох країнах. Адже футбольні чемпіонати Європи — треті за популярністю, вагомістю й масштабністю спортивні змагання в сучасному світі, вони поступаються лише Олімпійським іграм та футбольним чемпіонатам світу. І це прекрасний шанс для розвитку кожної країни, яка приймає континентальний чемпіонат, насамперед, для її економіки.

Короткий екскурс у недавню історію

Тоді, у 2007 році, здавалося, що попереду ще багато часу. На різних рівнях — і, передусім, у містах, які претендували на прийняття ЧЄ-2012, — звучали оптимістичні, заспокійливі запевнення. Загальному оптимізму сприяло і відкриття ще у вересні 2008 року нового, спорудженого за євростандартами стадіону у Дніпропетровську — першого стадіону в Україні та Польщі, готового зустріти учасників фінального турніру 2012 (згодом Дніпропетровськ, а з ним і Одеса випали з числа українських міст-претендентів).

Та якщо зі стадіонами в Україні, на відміну від Польщі, все було більш-менш благополучно, то із створенням необхідної інфраструктури виникли проблеми. В окремих засобах масової інформації європейських країн, зокрема тих, які претендували на проведення Євро-2012, з'явилися матеріали про можливу заміну України на іншу країну, на ту ж Італію або сусідню з Польщею Німеччину. Цілком імовірно, що це була цілеспрямована, інспірована конкурентами кампанія.

На засіданні Виконкому УЄФА в Бордо 29 вересня 2008 року питання про те, бути чи не бути в Україні й Польщі чемпіонату-2012 з певними застереженнями зняли. У цьому французькому місті від імені України було зроблено офіційну заяву: проєкт Євро-2012 для нас загальнонаціональний, суспільно вагомий і аполітичний. В його реалізації зацікавлені всі гілки влади, всі політичні сили і верстви суспільства.

Наступні засідання Виконкому УЄФА підтверджували рішення довірити Україні та Польщі проведення футбольного чемпіонату континенту. Так, у травні 2009 року воно було конкретизоване в Бухаресті: Виконком зберіг формат «4х4», тобто паритетність між обома країнами. Були названі чотири польських міста — Варшава, Вроцлав, Гданськ і Познань, — яким доручалось проводити матчі, і чотири українські — Київ, Донецьк, Львів і Харків, — яким надавався до грудня того ж року шанс це право підтвердити.

Момент істини для українських міст-претендентів настав 11 грудня 2009 року на португальському острові Мадейра, де відбулося чергове засідання Виконкому УЄФА, на якому наша «четвірка» отримала остаточне право готуватися до фінальної частини європейського чемпіонату.

Ось такою була перша частина історичного для України літопису підготовки до Євро-2012. За нею настали напружені робочі будні, ускладнені гострою політичною боротьбою під час виборчої президентської кампанії і змінами, які після неї відбулися на всіх рівнях влади, включно з найвищою — президентською. Внесла очевидну напругу в ситуацію на об'єктах ЧЄ і світова фінансова криза. Ці події не могли, звичайно, не позначитися на темпах робіт. В УЄФА уважно й прискіпливо стежили за їхнім ходом. Критичних зауважень з боку експертів не бракувало. Але після Мадейри у Союзі європейських футбольних асоціацій більше не ставили під сумнів спроможність України підготуватися до чемпіонату Європи.

В епіцентрі уваги

Кожне з чотирьох згаданих українських міст виконує велику і багатопланову програму підготовки. Однак при цьому першочергова, особлива увага зосереджена на кількох позиціях.

Стадіони. Першим містом з чотирьох, затверджених УЄФА, яке відрепортувало про завершення будівництва нового стадіону, став Донецьк. Першим не лише серед українських, а й польських міст, які прийматимуть чемпіонат. Урочисте й грандіозне відкриття «Донбас Арени» відбулося ще в серпні 2009 року. Це один з найкращих стадіонів на континенті та перший у Східній Європі, який збудований за всіма вимогами УЄФА до стадіону категорії «Еліт» (п'ять зірок). Його трибуни вміщують 51 тисячу глядачів. Не може не вражати конструкція і зовнішній вигляд арени. Дах споруди нахилений у напрямку з півночі на південь, відповідно до лінії природного ландшафту. Зовнішнє підсвічування фасаду у вечірній час перетворює стадіон на своєрідний діамант. На «Донбас Арени» створена і успішно апробована сучасна ІТ-інфраструктура, діє система безперебійного енергопостачання, зокрема, електропідігріву трибун. Для глядачів встановлені світлодіодні екрани, площа кожного з яких сягає ста квадратних метрів. Найвищим стандартам якості відповідає і футбольне поле. Під його поверхнею розташовані системи дренажу, зрошення та обігріву. На донецькому стадіоні, починаючи з осені 2009-го, відбуваються всі домашні матчі донецького «Шахтаря», серед яких варто виділити гру гірників у чвертьфіналі Ліги європейських чемпіонів з безперечним фаворитом і

переможницею цього турніру в сезоні 2010–2011 рр. іспанською «Барселоною».

Слідом за «Донбас Аrenoю» наприкінці 2009 року у Харкові було відкрито після капітальної реконструкції стадіон «Металіст». Перші міжнародні матчі відбулися на полі цього стадіону ще в далекому 1927 році. Відтоді він неодноразово перебував. Так, у 1967 році на його полі вперше в тогочасному СРСР було встановлено дренажну систему. Унікальність проекту нинішньої реконструкції полягає в тому, що дах над трибунами не спирається на трибунні підпорки, а тримається на 24 опорах, розміщених довкола чаші стадіону. При цьому його вага становить три тисячі тонн! Надійність конструкції підтверджує і той факт, що вона здатна встояти навіть при восьмибальному землетрусі. Після останньої реконструкції кількість місць на трибунах зросла і досягла 41 тисячі. Докорінно оновлений харківський «Металіст» давно готовий прийняти матчі Євро-2012.

У Львові спочатку планували реконструювати діючий стадіон «Україна». Однак потім було прийнято рішення будувати нову арену на виїзді з міста, у Стрийському напрямку. Була певна затримка з підготовкою проекту. Довелося змінити на початковій стадії робіт і їхніх виконавців. Тривалий час лишалися не врегульованими питання з фінансуванням будівництва. Все це у підсумку призвело до відставання у графіку спорудження стадіону. Тепер це позаду. Новий львівський стадіон відповідає всім вимогам УЄФА. Його дах зроблений з урахуванням місцевого колориту, нагадуючи мереживо витинанки. Променада розділяє його нижній і верхній яруси. Чудову видимість поля створює відсутність «мертвих зон». Стадіон, трибуни якого вмістять одночасно 33 тисячі глядачів, прийме чотири матчі Євро-2012, а після завершення чемпіонату стане центром великого сучасного масиву стародавнього Львова.

Та головною українською футбольною ареною в дні єврочемпіонату буде, безсумнівно, НСК «Олімпійський». Саме на його полі стане відомий чемпіон Європи 2012 року. Стадіон на схилі Черепанової гори, у самісінькому центрі столиці України, споруджено у 1941 році. Правда, його відкриття, яке було заплановане на неділю 22 червня, не відбулося: того дня розпочалася війна. Перші матчі на стадіоні відбулися вже після визволення Києва. У 1967 році була завершена його реконструкція, і стадіон став одним з найбільших у Європі та світі (103 тисячі місць).

У 1980 році на ньому відбулося кілька матчів групового турніру Московської Олімпіади. Нині НСК «Олімпійський» пережив третю реконструкцію, більш кардинальну, ніж у шістдесятих — вісімдесятих роках минулого століття. Був виконаний великий комплекс робіт у чаші стадіону. Заново споруджено центральні трибуни і підтрибунні приміщення. Перед проєктантами та будівельниками стояло завдання зберегти багатофункціональність арени, на якій можна буде проводити не лише футбольні поєдинки, а й легкоатлетичні змагання. Оригінальне накриття трибун стадіону: підвісний дах із напівпрозорої синтетичної мембрани, під яким знаходяться всі місця для глядачів. Загалом трибуни «Олімпійського» можуть вмістити 69 тисяч уболівальників.

Аеропорти

Ще чотири роки тому жодне з чотирьох українських міст не спроможне було забезпечити прийняття необхідної для Євро-2012 кількості пасажирів. Адже, як свідчить досвід попередніх чемпіонатів континенту, на подібні турніри прибувають (і головним чином повітряними шляхами) десятки тисяч уболівальників. Безперечно, головними українськими повітряними воротами Євро-2012 буде Київ. Уже нині на його аеропорт «Бориспіль» припадає 70 відсотків усіх пасажирських авіап перевезень в Україні. Але існуючі можливості найбільшого аеропорту країни виявились недостатніми для прийняття гостей ЧЄ-2012. Тому була намічена докорінна реконструкція «Борисполя», після якої до діючих (і теж модернізованих) терміналів «А», «В» і «С» додалися два нові: термінал «F» (900 пас/год/пік) і термінал «D» (3000 пас/год/пік). Очікувана пропускна здатність «Борисполя» після цього складе у 2012 році 6250 пасажирів за годину у час пікових навантажень. І цього, як свідчать розрахунки, буде цілком достатньо для зарубіжних відвідувачів матчів, які відбудуться у столиці України, зокрема й вирішально-го з них.

Пережили непростий період реконструкції й аеропорти трьох інших українських міст, які прийматимуть чемпіонат континенту. Так, у Донецьку споруджено новий аеровокзальний комплекс і сучасна злітно-посадкова смуга завдовжки 4 кілометри, що дає змогу приймати найбільші у світі повітряні судна. Донецький аеропорт після перебудови вийшов на друге місце в

Україні. Його нові потужності дають змогу повністю виконати вимоги УЄФА — приймати за годину в час пік 3100 пасажирів. Аеропорт «Львів» і до цього був найбільшим у західноукраїнському регіоні. До Євро-2012 тут споруджено новий сучасний термінал, який відповідає міжнародним архітектурним, технічним і будівельним нормам, та продовжено до 3,5 кілометрів злітно-посадкову смугу. У дні континентальної першості він прийматиме протягом години 1900 пасажирів. Перший термінал Міжнародного аеропорту «Харків» був відкритий 28 серпня 2010 року. Крім нього, проект реконструкції включає перебування старої споруди аеропорту, будівництво нової злітно-посадкової смуги, капітальний ремонт перону та прилеглої території. Аеропорт Харкова здатний у піковий період приймати і відправляти 2500 пасажирів на годину.

Готелі

Як засвідчила практика, у кожного з чотирьох українських міст різні проблеми з розміщенням гостей чемпіонату. Найменше їх виявилось у Києві і Львові. Скажімо, у столиці України нині діє 108 готелів різного рівня комфортності, серед яких чотири — п'ятизіркові. Відповідно до вимог УЄФА для розміщення цільових груп (судді, команди, гості, спонсори та журналісти) потрібно 7300 номерів категорій 3–5 зірок. Із забезпеченням цих вимог проблем не виникає. Приблизно така ж картина і у Львові: стародавнє місто цілком готове забезпечити проживання усіх гостей чемпіонату. У разі особливо великого напливу готові запропонувати свої послуги готелі Тернополя, Трускавця та інших близьких до Львова міст. Дещо складнішою напередодні чемпіонату виявилась ситуація у Донецьку, де, крім матчів групового турніру, має відбутися один з півфінальних поєдинків. Для розміщення вболівальників, команд і почесних гостей чемпіонату необхідно 5,4 тисячі готельних номерів. Крім пошуку можливостей шахтарської столиці у дні чемпіонату буде задіяно і готельні ресурси міст-сусідів Донецька. Такий підхід буде застосовано і в Харкові. Найбільшою харківською проблемою була недостатня кількість п'ятизіркових номерів. Однак з інтенсивним зведенням у центрі міста готелю «Kharkiv Palace» її успішно розв'язано.

Фан-зони, або зони гостинності

Не всі уболівальники — як вітчизняні, так і зарубіжні — мали змогу придбати квитки на трибуни стадіонів. Водночас багато з них прагнуть бути в дні ігор якщо й не на стадіонах, то, принаймні, неподалік від них, особливо тоді, коли грають їхні улюблені команди. Таку можливість надають уболівальникам так звані фан-зони, де встановлюються великі екрани з прямою трансляцією матчів та створюються відповідні умови для відпочинку. Я, наприклад, й досі з приємністю згадую перебування під час кількох матчів в одній із таких фан-зон, розгорнутих біля Бранденбурзьких воріт у дні чемпіонату світу 2006 року в Німеччині.

Думаю, що запам'ятаються зони гостинності і «безквитковим» гостям Євро-2012 в Україні. Найбільшою з них буде фан-зона у Києві. Її розгорнуть на майдані Незалежності та Хрещатику. На ній можуть одночасно розміститися до 90 тисяч уболівальників. Тут буде встановлено один великий екран (8,2x14,6 м) та два додаткові екрани (6,7x11,9 м). Крім трансляцій матчів, київська зона гостинності запропонує відвідувачам концертні програми, зокрема фестивалі рок та джаз музики, виступи світових зірок естради, численні конкурси... Фан-зона у Донецьку буде розміщена на алеї біля стадіону «Шахтар». На її площі (9,34 гектара) можна буде зібрати до 80 тисяч уболівальників. На ній, як і в Києві, буде основний екран (120 кв. м) та два додаткові (50 кв. м кожний). Планується, що в дні ЧЄ-2012 на футбольних полях стадіону «Шахтар» пройде турнір серед фанатів різних країн. Відбудуться також різноманітні конкурси, концерти, феєрверки, лазерне шоу... Фан-зоною у Львові стане найбільший майдан міста на проспекті Свободи. Загальна її площа — 20 тисяч кв. м. Тут одночасно можна буде зібрати до 35 тисяч прихильників футболу. Для них встановлять два великі екрани та сцену для розважальної програми. Місцем зони гостинності у Харкові буде найбільша площа Європи — площа Свободи. Матчі транслюватимуть на трьох екранах, а біля готелю «Харків» зведуть сцену для виступів професійних і самодіяльних артистів. Простір площі дає змогу розмістити одночасно до 45 тисяч фанів. Втім, фан-зони будуть відкритими не тільки в час проведення матчів, а й в усі дні, скільки триватиме футбольний чемпіонат Європи.

Стадіони, аеропорти, готелі, фан-зони — це, як ми відзначали, головні об'єкти уваги з боку УЄФА. Але є, звичайно ж, і багато інших напрямів підготовки до Євро-2012 — дороги, транспорт, безпека, система медичного забезпечення, туризм, культурна програма, волонтерська підтримка, створення зручних схем перетинання кордону. І все це теж необхідно підготувати й забезпечити на належному рівні, з урахуванням найменших дрібниць. Бо кожна з них здатна перерости у велику проблему.

Інформаційний супровід

Окремо хотілося б зупинитися на ще одному напрямку, до якого безпосередньо причетне Українське національне інформаційне агентство Укрінформ і яким автору цієї статті довелося займатися впродовж трьох останніх років у якості заступника генерального директора агентства і куратора згаданого напрямку. Йдеться про інформаційний супровід підготовки та проведення в Україні Євро-2012. З цією метою у складі Укрінформу рішенням Кабінету Міністрів було створено Інформаційний центр «Україна-2012». Початковий період діяльності центру був непростим, оскільки тривалий час його діяльність не фінансувалася, не було необхідних приміщень, комп'ютерів, іншої техніки, не було й співробітників. Тому тоді довелося спиратися на трудові, творчі й технічні ресурси діючих підрозділів агентства. Слід зазначити, що ця практика збереглася й донині: інформаційне супроводження підготовки України до Євро-2012 є справою всього агентства.

На Інформаційний центр рішенням уряду було покладено п'ять завдань, а саме: проведення моніторингу громадської думки і матеріалів ЗМІ з проблематики Євро-2012, поширення повідомлень у вітчизняних та зарубіжних засобах масової інформації про хід підготовки України до футбольного чемпіонату Європи, оприлюднення інформації про інвестиційні конкурси та про здійснення проектів, пов'язаних з підготовкою до чемпіонату, створення тематичного веб-сайту та випуск спеціального вісника. Однак вже у перші місяці виконання урядового розпорядження агентство вийшло за окреслене коло завдань і взяло курс на ширше, різноманітніше, системніше висвітлення підготовки України до Євро-2012.

Зокрема, ще до формування Інформаційного центру, наприкінці липня 2008 року, агентство звернулося з листами до керівників міністерств і відомств, причетних до підготовки та проведення в Україні Євро-2012, щодо налагодження співпраці. У листах висловлювалося прохання надсилати в Укрінформ повідомлення про факти-події, анонси до них, які стосуються сфери Євро-2012. Оскільки агентство не отримало позитивної відповіді на своє прохання, в другій половині серпня 2008 року були надіслані листи-нагадування, до яких було додано орієнтовну форму повідомлення та приблизний його зміст. Після цього ряд міністерств і відомств почали більш-менш регулярно надсилати в Укрінформ відповідну інформацію.

Починаючи із серпня 2008 року й до сьогодні регулярно здійснюється моніторинг громадської думки та оприлюдненої інформації про хід підготовки України до єврочемпіонату.

Щотижня двома мовами (українською і російською) виходить спецвісник «Інформаційний центр “Україна-2012”», який став своєрідним літописцем ходу підготовки України до ЧЄ-2012. Його готує редакція спеціалізованих видань на основі матеріалів працівників Інформаційного центру та власних кореспондентів агентства, насамперед, у тих областях, які прийматимуть матчі Євро-2012. У матеріалах вісника висвітлюється широке коло питань — від офіційних загальнодержавних заходів, пов’язаних з підготовкою до Чемпіонату Європи 2012 року, до конкретних зусиль і кроків у регіонах.

У Всеукраїнському прес-центрі агентства, а з недавніх пір і у новому, обладнаному за всіма сучасними вимогами прес-центрі «Україна-2012» проведено більше сотні брифінгів і прес-конференцій керівників міністерств та відомств, Федерації футболу України, регіональних органів державної влади, місцевого самоврядування з питань підготовки до чемпіонату Європи з футболу, а також презентацій, круглих столів, науково-практичних конференцій.

Як і було визначено урядовим розпорядженням, у вересні 2008 року з’явився веб-сайт Euro2012.ukrinform.ua. Тематика сайту була і залишається багатопланою і різноманітною. Вона включає цілий ряд рубрик і розділів. Їх можна розділити на три частини. Перша — це подієва інформація. До неї належать щоденні підбірки оперативних повідомлень про хід підготовки єврочемпіонату. Другу частину складають різножанрові, голов-

ним чином коментуючого і аналітичного характеру матеріали з проблематики Євро-2012. Третя частина сайту — це підготовлені співробітниками Інформаційного центру матеріали з історії чемпіонатів Європи та з практики організації першості континенту в Україні та Польщі. Про багатоманіття розділів і рубрик свідчать, зокрема, їх назви: «Новини», «Моніторинг преси», «Дайджест», «Веб-трансляції» «Організатори Євро», «Міста-господарі», «Стадіони», «Аеропорти», «Блоги», «Вікторини», «Наш партнер — Польща» та інші. На сайті Інформаційного центру в режимі реального часу подається відеопанорама будівництва стадіонів, ведеться конкурс неофіційного талісмана Євро-2012, вміщуються відеорепортажі з прес-конференцій і брифінгів. До україномовної версії сайту додалися: у травні 2009-го — англійська, у липні 2009-го — російська, з вересня того ж року — польська. Сайт Інформаційного центру постійно удосконалюється. Нині в цьому процесі — черговий етап: здійснюється ряд заходів, спрямованих на перетворення сайту на портал, хоча й у нинішньому вигляді він уже має ознаки порталу. Важливо й те, що зростає його популярність: серед сотень спортивних сайтів він за відвідуваністю займає місце у другій десятці. Щодоби з матеріалами сайту Інформаційного центру знайомляться близько десяти тисяч відвідувачів.

Слід виокремити і такий напрям висвітлення підготовки України до Євро-2012, як телемости з містами, які готувалися (як, скажімо, Дніпропетровськ і Одеса) або готуються до проведення матчів фінальної частини Євро-2012. Перший із серії таких мостів відбувся 19 грудня 2008 року з містом Львовом. Для його організації до Львова були відряджені працівники агентства, які забезпечили зв'язок і діалог з Інформцентром, куди був запрошений керівник Виконавчої дирекції Євро-2012 Федерації футболу України Іван Федоренко. 26 грудня 2008 р. відбувся телеміст Інформаційний центр — Донецьк. 22 квітня 2009 року в даному проекті взяла участь Одеса. Наприкінці року, перед грудневим засіданням Виконкому УЄФА на португальському острові Мадейра, де остаточно вирішувалося, скільки українських міст прийме Євро-2012, відбулися відеомости з Донецьком та Львовом. 27 листопада 2009 року було проведено відеоміст Київ (Інформаційний центр «Україна-2012») — Варшава, учасники якого обговорили хід підготовки України та Польщі до

чемпіонату континенту та завдання щодо співробітництва і взаємної підтримки.

Ще одним напрямком роботи Інформаційного центру стало налагодження випуску журналу «Україна-2012» («Ukraine-2012»). За короткий час було розроблено оригінал-макет журналу, визначено автуру, забезпечено кваліфіковане дублювання текстів англійською мовою, створена і реалізується на практиці система розповсюдження тиражів. Журнал виходить щомісяця накладом 20 тисяч примірників. Це поки що єдине загальноукраїнське періодичне видання, яке узагальнено презентує і в нашій країні, і за кордоном підготовку України до футбольної першості континенту.

В агентстві створено базу електронних адрес (понад тисячу) для розсилки матеріалів, присвячених тематиці Євро-2012. Серед споживачів — центральні і регіональні органи влади та органи місцевого самоврядування, українські та іноземні дипломатичні установи, вітчизняні й зарубіжні засоби масової інформації (агентства, телерадіокомпанії, редакції газет і журналів, Інтернет-видання), громадські, спортивні, благодійні організації (ЮНЕСКО, УЄФА, Федерація футболу України). Триває робота, спрямована на оновлення і розширення бази електронних адрес. Агентство спільно з Міністерством закордонних справ України додатково визначило понад чотириста закордонних одержувачів інформації про Євро-2012, серед яких популярні спортивні видання, теле- і радіоканали Європи.

У вересні 2008 року Укрінформ підписав з Пресовою агенцією Польською (ПАП) протокол про творче співробітництво у висвітленні ходу підготовки в Україні та Польщі до Євро-2012. Про перші кроки в реалізації цих домовленостей ішлося на зустрічі 29 жовтня 2008 року у Варшаві представників Укрінформу з керівниками ПАП. З листопада того ж року у Польщі працює новий кореспондент Укрінформу Юрій Банахевич, якому доручено постійно відстежувати співробітництво України і Польщі у підготовці до Євро-2012 і широко його висвітлювати. Крім оперативної інформації, він кожного тижня передає огляди матеріалів європейських ЗМІ, присвячених проблематиці ЧЄ-2012. Ним також підготовано серію інтерв'ю з керівниками міністерств і відомств та Федерації футболу Польщі про хід підготовки країни-сусідки до чемпіонату континенту.

Налагоджено ділову співпрацю Укрінформу з Німецькою організацією сприяння технічному розвитку (GTZ), яка створена при уряді Німеччини і якій доручено скоординувати офіційну підтримку проекту «Підготовка УЄФА Євро-2012».

Крім Інформаційного центру у складі Укрінформу розпорядженням Кабміну було передбачено створення схожих інформаційних центрів при органах влади тих областей і міст, де відбудуться матчі фінальної частини чемпіонату Європи. Для надання допомоги у цій справі агентство підготувало типові проекти концепцій діяльності регіональних інформцентрів та методичні рекомендації щодо налагодження їхньої роботи. Ці проекти були схвалені рішенням колегії Держкомтелерадіо України.

Таким чином, Розпорядження Кабінету Міністрів України щодо інформаційного супроводження підготовки та проведення в Україні Євро-2012 виконується агентством у повному обсязі. Загалом до цієї роботи, разом із шістьнадцятьма штатними співробітниками Інформаційного центру «Україна-2012», долучаються працівники цілого ряду структурних підрозділів агентства, які виконують завдання різноманітного характеру — від творчих і організаційних до господарських і фінансово-економічних.

Як це було у Південній Африці

Без належного інформаційно-рекламного забезпечення нині неможливо провести будь-яке спортивне змагання, а тим більше таких масштабів, як турнір за Кубок світу з футболу. Як свідчить досвід Південної Африки, яким в Україні зовсім не зайвим буде скористатися, у цій кампанії мають бути і свої етапи, і акценти, і логіка розвитку, і диференційований підхід, і чіткі орієнтири й цілі. Ми не беремося судити, чи все із задуманого організаторами ЧС-2010 вдалося реалізувати. Але автор, на підставі особистих спостережень (завдяки тому, що був акредитованим на чемпіонаті і побував у Південній Африці під час його проведення), має всі підстави стверджувати, що інформаційно-пропагандистська складова відіграла дуже важливу роль в успішній підготовці і проведенні ЧС-2010.

У цій кампанії, на нашу думку, чітко проглядалися два напрями: внутрішній, на південноафриканську спільноту, і зовнішній — на міжнародне співтовариство (певна річ, у першу

чергу футбольне). Інформаційна й агітаційно-рекламна кампанія на підтримку проведення у Південній Африці чемпіонату світу почалася ще до того, як у травні 2004 року ФІФА прийняла рішення доручити ПАР цю почесну і відповідальну місію. На першому етапі необхідно було переконати як населення своєї країни, що було незрівнянно легше, так і членів Виконкому ФІФА, а з ними й увесь футбольний світ, що організація чемпіонату Південній Африці цілком до снаги. Після прийнятого в Цюріху позитивного для ПАР рішення акценти в кампанії були перенесені на об'єднання населення країни навколо мети підготувати ЧС-2010 на високому рівні й таким чином відстояти честь і своєї країни, і Африки в цілому. З іншого боку, ця кампанія спрямовувалася на представлення світові Південної Африки як економічно розвиненої, соціально й політично прогресуючої, багатой на природні ресурси, туристично привабливої країни. Координатором кампанії виступив Оргкомітет з підготовки та проведення в ПАР фінальної частини футбольної першості світу. Але до неї були залучені інформаційно-пропагандистські ресурси всіх причетних до підготовки організацій і структур — загальнодержавних, провінційних, муніципальних, відомчих, медійних, громадських, спортивних та інших. Кожен зробив свій внесок.

Щодо внутрішнього спрямування кампанії. Виконання головних завдань тут узяли на себе міста, яким було доручено проведення матчів фінальної частини чемпіонату. У містах діяли свої місцеві оргкомітети. Їхні прес-центри взяли на себе координацію зусиль з інформаційного забезпечення на регіональному рівні. Найбільше навантаження з цього погляду випало на оргкомітет Йоганнесбурга, де, по-перше, відразу два стадіони готувалися прийняти матчі чемпіонату, а, по-друге, один з них — «Соккер Сіті» — був головною ареною змагань, на якій відбулися вирішальні ігри та церемонії відкриття й закриття.

Йоганнесбург виконав свою роль успішно. Починаючи з Міжнародного аеропорту імені Олівера Томби і завершуючи «Соккер Сіті», всюди можна було бачити й відчувати, що місто жило чемпіонатом і було його епіцентром. Рекламні банери, плакати, символіка чемпіонату були всюди. Однак при цьому реклама не здавалася нав'язливою. Вона була продумана, зі смаком оформлена і допомагала створювати атмосферу святковості,

причетності мешканців Йоганнесбурга та його гостей до значної події в житті міста.

Преторія в дні чемпіонату мала своє «футбольне обличчя». Про те, що місто теж приймає чемпіонат, засвідчував гігантський футбольний м'яч біля верхівки міської телевежі — його було видно з будь-якого куточка міста. Воно все було прикрашено символікою чемпіонату. Найбільше її було по дорозі до стадіону «Лофтус Версфельд», де відбувалися матчі Кубка світу. Перед самим стадіоном у дні матчів була обладнана сцена, виступи на якій збирали сотні уболівальників. Причём між сценою й аудиторією ведучі концертів забезпечували постійний взаємозв'язок, розігрували різноманітні призи, представляли переможців, запрошували їх до виступів. У прес-центрі чемпіонату журналістам пропонували набір друкованої продукції та аудіодисків про місто і його архітектурні пам'ятки. Волонтери та стюарди були доброзичливими і ввічливими, завжди готовими допомогти гостям. Та й загалом атмосфера на «Лофтус Версфельд» була щирою, теплою. Навіть на такому вирішальному для збірної Південної Африки матчі, як гра з командою Уругваю. Південноафриканців влаштовувала тільки перемога з великим рахунком. Натомість з таким рахунком виграли уругвайці. Місцеві уболівальники, які в ході матчу гучно й гаряче підтримували «Бафана, бафана» — так ласкаво називають у ПАР національну збірну — з розчаруванням, але без надмірного трагізму сприйняли цю поразку, зберігши доброзичливість до глядачів з Уругваю.

Про те, що Кейптаун приймає чемпіонат, можна було переконатися з перших кроків у міському аеропорту, який зустрів гостей багатьма кіосками, магазинами і лотками з атрибутикою футбольної першості світу. У готелі, де я оселився, теж багато було пов'язано з чемпіонатом: від безкоштовних книг, буклетів до залу з великим екраном для перегляду матчів. Між готелем і стадіоном курсували автобуси, а спеціальний черговий у холі міг дати детальну довідку про місто, цікаві туристичні маршрути, екскурсії. Символіка чемпіонату прикрашала все місто, особливо його центр, у якому виділялось велетенське панно на хмарочосі і фонтан з макетами футбольних м'ячів.

Подібні картини можна було бачити у кожному з усіх дев'яти південноафриканських міст, яким доручалось організувати серію матчів Кубка світу. Прес-служби та рекламні підрозділи

місцевих оргкомітетів забезпечували інформацією про міста, хід їхньої підготовки до ЧС-2010 та в дні чемпіонату як загальнодержавний оргкомітет, так і прес-службу ФІФА, а також засоби масової інформації в країні і світі.

Причому інформаційно-рекламна кампанія розгорталася висхідною і мала свої етапи. Наприклад, рівно за триста днів до відкриття чемпіонату розпочався так званий «Зворотний відлік»: відтоді кожного дня через різні комунікаційні канали, насамперед, через медійні, повідомлялося про здобутки ПАР у підготовці до чемпіонату. Скажімо, випуски телевізійних новин провідних каналів Південної Африки починалися з позитивних за змістом і характером повідомлень, присвячених ходу підготовки.

У період «Зворотного відліку днів» демонструвалась динаміка підготовки. Причём це унаочнювалось, наприклад, по телебаченню показували сюжети про початок спорудження трибун того чи іншого стадіону. Через певний час телеглядачам нагадували цей сюжет і показували нові зйомки, де було видно прогрес у спорудженні цих трибун.

Організатори інформаційно-рекламної кампанії намагалися зробити її адресною. У самій країні під час її проведення прагнули до того, щоб атмосферою майбутнього футбольного свята жили в усіх провінціях Південної Африки, всі прошарки населення. Досягнення суспільного консенсусу, національне єднання і піднесення патріотичного духу різноколірної, багатоетнічної, соціально неоднорідної Південної Африки, яка лише 17 років тому стала на демократичний шлях розвитку, є чи не найбільшим досягненням країни завдяки першості світу.

Адресність проявилась і в пропаганді чемпіонату в різних країнах світу. Спочатку його організатори намагалися донести інформацію про чемпіонат і про Південну Африку до всіх куточків планети. Згодом головна увага була зосереджена на тих країнах, збірні яких здобули путівки на фінальний турнір ЧС-2010, бо саме звідти слід було чекати напливу туристів-уболівальників. Як тільки якась із збірних пробивалася до фіналу, про цю команду, про країну, яку вона представляє, про історію футболу в ній та його сучасний стан розповідалося в ПАР по всіх можливих каналах масової комунікації. У свою чергу Міністерство закордонних справ ПАР дало директиву посольствам Південної Африки у тридцяти одній країні, які делегували свої національ-

ні команди в ПАР, здійснити додаткові презентаційні заходи, а напередодні і в дні чемпіонату ці посольства отримали кадрове дипломатичне підкріплення та додаткові бюджетні кошти на проведення цих заходів. У цьому зв'язку Посольство Південно-Африканської Республіки в Україні із жалем констатувало, що національна збірна України не змогла подолати останнього бар'єра на шляху до ПАР, адже, якби це сталося, Україна одержала б значно більшу інформацію про ПАР, і це слугувало б додатковим імпульсом для розвитку зв'язків між обома країнами.

Логіка дій організаторів кампанії зводилась до того, щоб поступово підготувати громадськість світу і самої Південної Африки до майбутнього чемпіонату та щоб інтерес до нього наростав. Це вдалося успішно реалізувати: свого піку висвітлення підготовки до чемпіонату та його пропаганда досягли в останні дні зворотного відліку. Після цього, під час чемпіонату, Південна Африка і її десять стадіонів були на телеекранах та радіохвилях, на перших сторінках газет, журналів усього світу. Пропагандистський, рекламний, іміджевий ефект від цього для ПАР здебільшого спрацював вже нині та діятиме ще багато років.

Чемпіонат світу у Південній Африці став третім в історії світових першостей за відвідуваністю матчів (на першому місці чемпіонат у США 1994 року — 3,59 млн глядачів, на другому ЧС-2006 у Німеччині — 3,36 мільйона уболівальників). На ігри в ПАР було продано 3,18 млн квитків. Відомо, що організатори ЧС-2010 очікували, що в країні побуває більша кількість уболівальників. Цього не сталося з кількох причин. Серед них — віддаленість Південної Африки, негативний вплив світової фінансово-економічної кризи, а головне — широко розтиражовані в засобах масової інформації світу матеріали щодо неблагополучної криміногенної ситуації в ПАР (як показав хід чемпіонату та його підсумки, ці страхи були явно перебільшені). В Україні слід бути готовим до того, що, за аналогією з криміногенною темою щодо ПАР, може бути піднята і розкручена тема, скажімо, недостатньо підготовленої інфраструктури (такі намагання вже проглядаються). Тому варто й необхідно постійно поширювати через різноманітні канали, передусім інформаційні, матеріали про те, що інфраструктура України буде цілком спроможна прийняти усіх гостей Євро-2012.

Щодо умов для роботи на ЧС-2010 представників засобів масової інформації. Усього на чемпіонаті в ПАР було акредитовано близько 14 тисяч журналістів. Заявки на акредитацію вони подавали в основному через футбольні федерації (асоціації) своїх країн. Приймалися заявки та передані через електронну пошту анкети до кінця січня 2010 р. і розглядалися прес-службою ФІФА і Оргкомітетом з проведення чемпіонату (FIFA and OS Media Team) до 1 березня 2010 р. Після цього протягом місяця проходила електронна акредитація на 48 матчів групових турнірів. Була умова: в один день журналіст міг претендувати на перегляд лише одного матчу (акредитація на ігри стадії плей-оф відбувалася після завершення змагань у групах). Візою для в'їзду в ПАР служив лист прес-служби ФІФА про акредитацію журналіста з його паспортними даними. Крім того, на сайті ФІФА для акредитованих журналістів був відкритий спеціальний канал (Media channel, вхід — через пароль), на якому була представлена широка інформація про чемпіонат і країну, його організатора, зокрема адреси готелів, у яких рекомендувалося проживати представникам ЗМІ. Від цих готелів до стадіонів і в аеропорти журналісти могли доїхати на спеціально виділених автобусах.

Під час чемпіонату на стадіонах цілодобово працювали типові медіацентри, де журналістам для роботи було створено необхідні умови і де можна було постійно отримати потрібну довідкову інформацію. Не зовсім продумали організатори чемпіонату забезпечення місцями на медіатрибунах тих представників преси, які з різних причин не встигли акредитуватися на матчі або зробили це із запізненням. Процедура роздачі додаткових квитків затягувалася аж до перших хвилин гри, викликала надмірний ажіотаж і нервову напругу. На нашу думку, до Євро-2012 її необхідно удосконалити.

Загалом інформаційний супровід підготовки та проведення чемпіонату світу з футболу 2010 року, з нашої точки зору, був послідовний, багатоплановий, системний і динамічний. Ми зупинилися лише на окремих складових південноафриканського досвіду. Вважаємо, що він заслуговує на увагу всіх, хто причетний до організації в Україні Чемпіонату Європи 2012 року.