

Національний університет «Києво-Могилянська академія» Факультет правничих наук Києво-Могилянська школа врядування імені Андрія Мелешевича

**НИЗЬКА ПОІНФОРМОВАНІСТЬ НАСЕЛЕННЯ ПРО ЗАХОДИ З ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ
УКРАЇНИ**

LOW PUBLIC AWARENESS OF EUROINTEGRATION STEPS OF UKRAINE

Курсова робота

Виконала здобувачка освітньо-наукової програми «Суспільна політика і врядування»
Міщенко Аліна Володимирівна

 А. В. Міщенко

Науковий керівник
Доктор наук з державного управління, професор, завідувач кафедри суспільного врядування
Тертичка Валерій Володимирович

(підпис) В. В. Тертичка

Рекомендована оцінка

(підпис) (ініціали, прізвище)

Я, Міщенко Аліна Володимирівна, підтверджую, що ця курсова робота відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, передбачених п. 3.1 Положення про академічну доброчесність здобувачів освіти у НаУКМА, зі змістом якого я ознайомена. Надаю згоду на безоплатне використання цієї курсової роботи повністю або частково в навчальних цілях.

 А. В. Міщенко

Київ
2023

РЕЗЮМЕ

Формулювання проблеми: Низька поінформованість населення про заходи з євроінтеграційної політики

Замовник аналізу: Міністерство культури та інформаційної політики України. Інтерес замовника полягає у тому, щоб привернути увагу суспільства до теми європейської інтеграції та сформувати гомогенну позитивну громадську думку щодо заходів здійснення євроінтеграційної політики.

Наявність проблеми характеризується:

- недостатністю інформування, що призводить до відсутності чіткого розуміння важливості євроінтеграційних процесів;
- низьким рівнем доступності інформації до широких мас населення, нерівномірним її поширенням та низькою зацікавленістю і підтримкою державної політики;
- відсутністю системної координації між структурами, що здійснюють інформаційні заходи з приводу євроінтеграційної політики.

Проблема потребує державного втручання зважаючи на асиметричність інформації, що може зумовлювати зростання недовіри до влади, скептицизму і протестних настроїв. Якщо не вирішити окреслену проблему, рівень підтримки євроінтеграційних заходів може суттєво впасти, збільшиться пасивність громадян і відсутність взаємодії громадян з державою, що у свою чергу здатне завадити реалізації стратегічного курсу України щодо набуття членства в ЄС.

Рекомендований варіант політики: **Альтернатива №2.** Комунікація із залученням мас-медіа: проведення інформаційної кампанії та рекламних ініціатив, перевагами якої є налагодження різносторонньої комунікації щодо впровадження євроінтеграційної політики, висока результативність, інтерактивність та доступність інформації для громадськості, залучення експертів і авторитетних лідерів громадської думки, що дозволить значно підвищити попит на інформацію про перебіг інтеграції України до ЄС.

Для реалізації варіанта необхідно:

1. Створити інформаційні програми і проекти із залученням експертів у сфері євроінтеграції, та забезпечити їх трансляцію через теле-, радіо- та Інтернет- засоби.
2. Розробити і поширити рекламні ролики, інформаційні банери, брошури, забезпечити роботу інформаційних видань.
3. Організувати громадські заходи — форуми, виставки, семінари, лекції — щодо нагальних питань, державних заходів, пов'язаних зі вступом до ЄС.
4. Створити інформаційні центри та онлайн-платформи, спрямовані на здійснення просвітницької діяльності.
5. Створити єдиний бренд та відповідний стиль, дотримуватися його у здійсненні комунікації.
6. Залучати лідерів громадської думки до підтримки інформаційної кампанії і поширення інформаційних продуктів.

Очікувані результати та вигоди:

- підвищення обізнаності громадськості про важливість, переваги та виклики європейської інтеграції, про прогрес та здобутки в межах політики щодо набуття членства;
- покращене розуміння громадськістю державної політики в межах курсу та інститутів Європейського Союзу;

- збільшення залученості громадськості до взаємодії з інститутами громадянського суспільства, з державними установами, а також з програмами, проектами та ініціативами ЄС;
- зниження скептицизму і недовіри до ЄС та до державної влади завдяки запровадженій політиці.

Здійснення належного інформування населення про зміни, що реалізуються державою в рамках європейського курсу є невід'ємною частиною виконання міжнародних зобов'язань та здійснення реформ, яких очікують від України європейські партнери. Забезпечення прозорості комунікації про здобутки та перебіг політики, підвищення доступності інформації стосовно євроінтеграції також є важливим чинником гармонійного запровадження відповідних реформ.

ABSTRACT

Problem formulation: Low public awareness of euro integration steps of Ukraine

Analysis ordered by the Ministry of Culture and Information Policy of Ukraine. The Ministry's interest is to draw public attention to the topic of European integration and create a homogeneous positive public opinion about measures for implementing the European integration policy.

The problem is characterised by:

- lack of information, which leads to insufficient understanding of the importance of European integration processes;
- limited public access, uneven distribution of the information, low interest and support in public policy;
- lack of systematic coordination between the structures that carry out information activities regarding the European integration.

The problem requires state intervention due to the asymmetry of information, which can increase the level of distrust in the authorities, scepticism and protest moods among the public. If left unresolved, the issue could lead to significant decline of support for the steps towards European integration, increase the citizens' passivity and the lack of interaction with the state, thereby preventing the implementation of Ukraine's strategic path towards EU membership.

Recommended policy option: **Alternative №2.** Communication with the involvement of mass media: conducting an information campaign with advertising initiatives, the advantages of which are the establishment of versatile communication on the European integration policy introduction, high efficiency, interactivity and accessibility of information, featuring experts and public opinion leaders' to help significantly increase the demand for information regarding Ukrainian path towards EU accession.

To implement the recommended policy option, such steps should be followed:

1. Create information programs and projects with the involvement of experts in the field of European integration, and ensure their broadcast through television, radio and Internet means.
2. Develop and distribute commercials, information banners, brochures, ensure the work of news publications.
3. Organize public events - forums, exhibitions, seminars, lectures - on pressing issues, state measures related to joining the EU.
4. Create information centres and online platforms to promote educational activities.
5. Create a single brand with the appropriate style and use it in communication activities.
6. Involve public opinion leaders in supporting the information campaign and distributing information products.

Expected results and benefits:

- Raising public awareness of the importance, advantages and challenges of European integration, highlighting progress and achievements within the framework of the membership policy.
- Improved public understanding of public policy within the EU integration course and EU institutions.
- Increased public engagement with civil society and state institutions, EU programmes, projects and initiatives.
- Reducing scepticism and distrust of the EU and the Ukrainian state authorities.

Properly informing the citizens of Ukraine about the changes, implemented by the state within the framework of the European course is a crucial part of fulfilling the international requirements and implementing the reforms that European partners expect from Ukraine. Ensuring transparent communication about the achievements and policy progress, enhancing accessibility of information on European integration is also an important factor in terms of smooth implementation of the relevant reforms.

1. Визначення проблеми, придатної для аналізу політики

1.1 Формулювання проблеми: Низька поінформованість населення про заходи з євроінтеграційної політики.

1.2 Замовник аналізу: Міністерство культури та інформаційної політики України.

1.3 Симптоми проблеми

1.3.1. Опис проблеми та її симптомів

Суть проблеми полягає у недостатньому інформаційному забезпеченні євроінтеграційної політики. Державні органи та медіа не використовують на повну можливість інформування суспільства про здобутки та про перебіг політики на шляху до вступу у Європейський Союз (далі – ЄС). Очевидно, що більшість населення підтримує євроінтеграційний курс, однак не кожен розуміє усі тонкощі, пересічні громадяни не є обізнаними щодо того, що передбачає вступ до ЄС, яким вимогам потрібно відповідати і що держава робить для цього.

Серед симптомів проблеми можна виділити наступні:

- *Недостатність інформування, що полягає у малій кількості просвітницьких заходів і програм, поширення інформаційних та рекламних матеріалів.*
Недостатня кількість заходів з інформування напряму призводить до відсутності чіткого розуміння важливості євроінтеграційних процесів та наслідків їх впровадження.
- *Низький рівень доступності інформації до широких мас населення.*
В умовах стрімкої діджиталізації більшість заходів/подій/інформації перейшла в онлайн-вимір. Через це виникає нестача різносторонніх джерел інформування (використання традиційних інформаційних в поєднанні із електронними та онлайн-сервісами) для охоплення якомога більшої частини населення. Брак різносторонніх джерел інформування призводить до нерівномірного поширення інформації та зростання рівня необізнаності громадськості із перебігом євроінтеграційної політики України і заходів, що здійснюються в межах курсу на вступ у ЄС. Таким чином, серед суспільства панує невисокий рівень обізнаності із державними заходами з євроінтеграції, низький рівень зацікавленості та підтримки державної політики у цій сфері і відсутність чіткого розуміння важливості євроінтеграційних процесів та наслідків їх впровадження.
- *Відсутність системної координації між структурами, які відповідальні за здійснення інформаційних заходів з приводу євроінтеграційної політики.*

Окрім того, проблема також витікає із глибшої проблемної ситуації, що у свою чергу характеризується:

- *низьким рівнем довіри населення до державних та суспільних інститутів.*
За даними дослідження 2021 року, не довіряють державному апарату 76% респондентів, Верховній Раді України — 75%, Уряду України та політичним партіям — 72% [1]. У свою чергу, низький рівень довіри до державних інститутів здатен призвести до зменшення підтримки державної політики, в тому числі і стосовно заходів з європейської інтеграції.
- *Низькою зацікавленістю політичним життям країни.*
Дослідження, що проводилися в Україні, показують, що протягом 2011–2020 років українське суспільство в цілому було не схильне занадто сильно цікавитися політикою — близько або трохи більше третини громадян відповідали, що вони або дуже цікавляться політикою, або скоріше цікавляться нею [2]. Це може стати приводом до становлення пасивної громадянської позиції та незначної залученості суспільства у

прийнятті рішень з важливих питань життя держави (в тому числі стосовно вступу до ЄС), що є однією зі складових функціонування демократичної держави.

1.3.2. Причинно-наслідкові зв'язки

Враховуючи наведене вище, можна навести такі зв'язки:

- низький рівень довіри до державних та суспільних інститутів здатен призвести до зменшення підтримки державної політики, в тому числі і стосовно заходів з європейської інтеграції.
- Низька зацікавленість політичним життям країни може стати приводом до становлення пасивної громадянської позиції та незначної залученості суспільства у прийнятті рішень з важливих питань життя держави, що є однією зі складових функціонування демократичної держави.
- Недостатня кількість заходів з інформування (просвітницьких заходів і програм, поширення інформаційних та рекламних матеріалів) напряму призводить до відсутності чіткого розуміння важливості євроінтеграційних процесів та наслідків їх впровадження.
- Брак різносторонніх джерел інформування та низький рівень доступності інформації до широких мас населення призводить до нерівномірного поширення інформації та зростання рівня необізнаності громадськості із перебігом євроінтеграційної політики України і заходів, що здійснюються в межах курсу на вступ у ЄС.

1.3.3. Доказова база

Для виявлення симптомів проблеми та її формулювання були використані дані соціологічних досліджень та опитувань громадської думки.

Зокрема,

- Довіра до інститутів суспільства та політиків, електоральні орієнтації громадян України (липень–серпень 2021р.). Разумков Центр, 10 серпня 2021;
- Оцінка громадянами ситуації в країні, довіра до соціальних інститутів, політико-ідеологічні орієнтації громадян України в умовах російської агресії (вересень–жовтень 2022р.). Разумков центр, 28 жовтня 2022 р.
- Укрінформ: Більшість українців позитивно ставляться до євроінтеграції, 2021.

1.4 Масштаби проблеми

Проблема розгортається на загально-територіальному рівні і стосується усіх верств населення України. Найбільшим чином проблема поширюється на політичну та соціальну сфери життя.

1.5 Новизна проблеми та нагальність її вирішення

Проблема є відносно новою, оскільки незворотність європейського та євроатлантичного курсу України була офіційно закріплена у Конституції у 2019 році [3].

Якщо проблему не вирішити у наступні 5 років, рівень підтримки євроінтеграційних заходів може суттєво впасти, збільшиться пасивність громадян і відсутність взаємодії громадян з державою, серед населення переважатимуть хибні уявлення і переконання щодо євроінтеграції, що у свою чергу здатне завадити реалізації стратегічного курсу України щодо набуття членства в ЄС, за право якого українці так активно боролися, починаючи з 2013 року.

1.6 Законодавча й інституційна база реалізації чинної політики

1.6.1. Законодавча база

Чинний інформаційний супровід євроінтеграційної політики України здійснюється на основі законодавчо закріплених положень:

Указ Президента України №348/2021 «Про Стратегію комунікації з питань євроатлантичної інтеграції України на період до 2025 року» від 11 серпня 2021 року, Розпорядження Кабінету Міністрів України №41-р «Про затвердження плану заходів щодо реалізації Стратегії комунікації з питань євроатлантичної інтеграції України на період до 2025 року» від 12 січня 2022 року, Комунікаційна стратегія Державного комітету телебачення і радіомовлення України (далі – Держкомтелерадіо) на 2022-2023 роки, Наказ Держкомтелерадіо від 12 жовтня 2021 №469 «Про організацію та проведення інформаційної кампанії, у тому числі в рамках концепції ЕУкраїна, щодо роз'яснення зв'язку між реформами, виконанням Угоди про асоціацію та позитивними змінами в житті громадян України», Наказ Держкомтелерадіо від 7 жовтня 2021 №456 «Про організацію та проведення роз'яснювальної кампанії, у тому числі в рамках концепції ЕУкраїна, щодо основних європейських цінностей (повага до людської гідності, до прав людини, свобода, демократія, рівність, верховенство права) та їх значення для побудови успішної європейської держави», Стратегія комунікації з питань європейської інтеграції України на період до 2026 року та операційний план її реалізації у 2022—2024 роках, ухвалені розпорядженням Кабінету Міністрів України 9 грудня 2022 року.

1.6.2. Інституційна база

Міністерство культури та інформаційної політики України, Офіс Віце-прем'єрки з питань європейської та євроатлантичної інтеграції України, Урядовий офіс координації європейської та євроатлантичної інтеграції, Держкомтелерадіо.

1.7 Чинники середовища, що формують контекст проблеми

Соціальне середовище має найбільшу значимість і вплив на проблему. Проблема зумовлена такими чинниками, як завищені очікування населення від вступу в ЄС, відсутність стимулу і мотивації громадян збільшити свою обізнаність та апатичне ставлення та неактивна громадянська позиція.

Фізичне середовище має незначний вплив на виникнення проблеми. Такі чинники, як динаміка населення, вікова структура та регіональне розселення населення, хоча й доводять потребу у налагодженні ефективного механізму інформування населення для забезпечення розуміння громадянами цілей та перебігу євроінтеграційної політики, не є впливовими порівняно з іншими.

Політичне середовище здійснює помірний вплив на контекст виникнення проблеми. До чинників політичного середовища можна віднести рівень політичної культури у суспільстві, а також відсутність налагодженого механізму взаємодії між владними структурами, які відповідальні за здійснення інформаційних заходів з приводу євроінтеграційної політики, негативно впливає на загальний рівень поінформованості населення. Через те, що комунікація здійснюється обмежено окремими інституціями, рівномірного поширення інформації на широкий загал не відбувається.

1.8 Корисний досвід

Корисним досвідом можна вважати інформаційний супровід євроінтеграційної політики у Польщі впродовж 1998-2004 років.

Польща є членом Європейського Союзу з 1 травня 2004 року згідно з Договором про

приєднання, підписаним в Афінах 16 квітня 2003 року. Коли вступ Польщі до ЄС став провідною темою політичного порядку денного, рівень громадської підтримки суттєво знизився: порівняно з 80 % у 1994 р., відсоток підтримки знизився до 55–60% у 1999 р.; відповідно, 5 % опонентів зросли до 20–25 %, а відсоток тих, хто не визначився, залишався сталим на рівні 15–20 % [4; с. 2].

Через недостатню поінформованість про особливості членства, про переваги та витрати вступу в ЄС серед населення посились скептичні настрої та дискусії про членство. Серед противників інтеграції переважали здебільшого представники середнього класу та нижчих прошарків суспільства: зокрема, фермери (22%) та некваліфіковані робітники (16%) [5; с. 1]. Відповідно, високий рівень невдоволеності та відсутності знань щодо євроінтеграційного курсу Польщі впливав як на рівень підтримки євроінтеграції загалом, так і на рівень довіри до державної влади та впроваджуваної нею політики.

Як реакція на таку проблему, польська влада започаткувала низку інформаційно-комунікаційних кампаній, націлених на середні за рівнем життя ланки населення, для того, щоб збільшити обізнаність населення, довіру до інститутів ЄС та підтримку євроінтеграційного курсу.

Зокрема:

1. Кампанія Президента А. Квасневського «Tak dla Polski», під час якої Президент персонально проводив публічні виступи та зустрічі із населенням Польщі з її територій, поширювалися про-європейські листівки, відбувалися звернення через телебачення і тд.
2. Урядова кампанія, що окремо від президентської, була зосереджена на інформуванні громадян про факти щодо євроінтеграції та заохоченні громадян голосувати [4; с. 4].
3. Залучення Католицької церкви до інформування. Оскільки Католицька церква – авторитетний та глибоко поважний символ для поляків, до комунікації про європейську інтеграцію були залучені навіть священники та Папа Іоанн II, який особисто надіслав листа зі зверненням до громадян Польщі [4; с. 5].
4. Громадські ініціативи та інші агітаційні і просвітницькі заходи (телемарафони, форуми, виставки, публічні виступи, радіо- та Інтернет- поширення, агітаційні плакати, значки, листівки).

Таким чином, тема європейської інтеграції та державної політики у цій сфері постійно була на порядку денному і не зникала з інформаційного простору, що у свою чергу сприяло підвищенню рівня поінформованості населення та врешті призвело до того, що Польща стала членом ЄС.

2. Підстави для державного втручання

Підставами для державного втручання можуть бути неекономічні ситуації неспроможності ринку, зокрема з огляду на соціальні та політичні чинники. А саме, інформаційна нерівність: недостатня поінформованість і асиметричність інформації, коли нею володіють не всі сторони і існує брак інформації.

З приводу цього можуть виникати політичні наслідки невтручання держави, тобто зростання недовіри до влади, скептицизму і протестних настроїв.

3. Консультації

3.1 Організовані заінтересовані групи

Заінтересовані групи зацікавлені у вирішенні проблеми підвищення поінформованості населення з приводу євроінтеграційних заходів і приверненні уваги суспільства до теми європейської інтеграції. Діяльність заінтересованих груп серед іншого фокусується на активному інформуванні громадян України про процеси, пов'язані із європейською інтеграцією, проведенні адвокаційних кампаній, моніторинго-оцінювальної діяльності та інформаційно-просвітницькій роботі.

Заінтересовані групи: громадські організації та об'єднання, незалежні аналітично-адвокаційні центри, представництво Європейського Союзу в Україні.

- *Український центр європейської політики:* налагодження співпраці з іншими ГО, поширення експертно-аналітичних матеріалів та звітів про перебіг євроінтеграційних процесів та реформ, які вони передбачають.
- *Платформа громадянського суспільства Україна – ЄС:* проведення засідань та обміну думками між представниками суспільства України, з однієї сторони, і членів Європейського економічного і соціального комітету з іншої сторони
- *Міжнародний фонд «Відродження»:* підготовки та фінансування навчальних та інформаційних проєктів, матеріальне забезпечення інформаційно-освітніх ініціатив у сфері європейської інтеграції, розробка і запуск програм та форумів для обговорень громадського суспільства та діалогу з міжнародними партнерами.
- *«Європа без бар'єрів»:* імплементація аналітичних, інформаційних та просвітницьких проєктів, використання медіа майданчиків для донесення інформації про євроінтеграційні заходи до суспільства, розробка промоційних матеріалів, медійних продуктів, проведення інформаційних кампаній та тренінгів.
- *Проєкт «Громадська синергія»:* розробка і запуск освітніх спец-проєктів, надання грантів партнерським організаціям для здійснення інформаційно-просвітницької роботи, взаємодія зі ЗМІ, наповнення веб-сайтів та сторінок в соціальних мережах, організаційна, фінансова, комунікаційна підтримка Платформи громадянського суспільства Україна-ЄС та Української національної платформи Форуму громадянського суспільства Східного партнерства, які спрямовані на просування ефективної реалізації Угоди про асоціацію.

А також незалежні медіа: hromadske, StopFake, «Українська правда», «Радіо Свобода» та інформаційні агентства.

У межах консультацій для взаємодії доречно проводити консультації із представниками громадських організацій, платформ громадянського суспільства, об'єднань, експертів у вигляді круглих столів, зустрічей та громадських обговорень.

3.2 Заінтересовані органи влади

Заінтересовані органи влади зацікавлені у вирішенні проблеми з метою збільшення підтримки населенням діяльності органів влади у сфері євроінтеграційної політики на національному рівні. Інтерес також полягає у формуванні позитивної та гомогенної громадської думки щодо заходів здійснення євроінтеграційної політики.

- *Офіс Віце-прем'єрки з питань європейської та євроатлантичної інтеграції України:* залучення і використання міжнародної допомоги, спрямованої на підтримку виконання завдань у сферах європейської інтеграції; розроблення та реалізація стратегій, програм та інших документів з інформування громадськості та комунікації у сферах європейської та євроатлантичної інтеграції.
- *Урядовий офіс координації європейської та євроатлантичної інтеграції:* координація діяльності органів виконавчої влади для системного планування та виконання заходів державної політики згідно із зобов'язаннями України у сферах європейської та євроатлантичної інтеграції.
- *Комітет Верховної Ради України з питань інтеграції України до Європейського Союзу:* проведення засідань, комітетських та парламентських слухань, підготовка проєктів законодавчих актів на розгляд Верховної Ради України, забезпечення співробітництва з інституціями ЄС, проведення зустрічей, конференцій та круглих столів у сфері європейської інтеграції
- *Державний комітет телебачення і радіомовлення України:* здійснює методологічне забезпечення та координує діяльність державних телерадіоорганізацій, інформаційних агентств, установ та організацій, що належать до сфери управління Держкомтелерадіо.

3.3 Ставлення громадськості

Цільовою аудиторією, яка зацікавлена у вирішенні проблеми і на яку спрямована політика – це групи населення, категоризовані за віковою структурою та регіональним розселенням. До громадськості також можна віднести громадських активістів, зацікавлених у перспективному європейському майбутньому України, вільному від впливу росії.

Оскільки населення старшого віку не є активними користувачами мережі Інтернет, доступність інформації про здійснення євроінтеграційних заходів в Україні для них є меншою. Відповідно, політика інформування буде здебільшого націлена на *групи населення віком від 30 років, та населення у віковій категорії 60+*.

Окрім того, існують регіональні розбіжності у підтримці євроінтеграційного курсу населенням [6]. Вони пояснюються наявністю інформаційного впливу країни-агресора, який здатен породжувати опозиційні настрої, і негативно впливають на проблему, перекриваючи доступ до інформації з приводу євроінтеграції. Тому серед об'єктів впливу варто виокремити частку населення, яка перебуває під інформаційним впливом російських і антиукраїнських анти-європейських нарративів.

Опитування громадської думки щодо європейської інтеграції України регулярно проводять різні дослідницькі установи, такі як Київський міжнародний інститут соціології, Центр соціальних та маркетингових досліджень «СОЦИС», соціологічна служба Центру Разумкова та ін.

Дані дослідження 2021 року свідчать про те, що більшість українців позитивно ставляться до тем євроінтеграції, але водночас 45% респондентів заявили, що не бачили комунікацію про євроінтеграцію [7]. За даними Всеукраїнського опитування «Думки і погляди населення України щодо євроінтеграції», проведеного Київським міжнародним інститутом соціології у грудні 2020 року, 43,1% опитуваних заявили, що не бачили жодної комунікації від держави про євроінтеграцію, 22,4% респондентів говорили про рекламу в ЗМІ, 18% — про те, що бачили інформацію в соціальних мережах/сайтах. Для 42% респондентів голосом/обличчям євроінтеграції є Президент України. Ще 21% говорять про студентів, молодь, 18% – про Верховну Раду. Інші відповіді обирали менше респондентів (не більше 10%) [8].

Ці групи варто залучати до проведення безпосередніх консультацій – електронних консультацій та проведення громадських обговорень через представників об'єднань та спілок.

Стейкхолдери, з якими слід провести безпосередню форму консультацій:

1. експерти незалежних аналітично-адвокатських центрів, аналітики;
2. представники громадських організацій та об'єднань;
3. представники та члени представництва ЄС в Україні;
4. населення;
5. представники медіа.

Стейкхолдери, з якими слід провести опосередковану форму консультацій: інформаційні агентства та центри соціологічних досліджень.

4. Опис обмежень

Фінансовий ресурс: бюджетні обмеження, необхідність залучення коштів з Державного бюджету України, вплив воєнного стану на економіку та першочергова нагальна потреба у використанні ресурсів на забезпечення військової спроможності у зв'язку із повномасштабним вторгненням росії.

Людський (кадровий) ресурс: брак кваліфікованих спеціалістів, які займалися б інформаційно-роз'яснювальною діяльністю у сфері євроінтеграційної політики.

Організаційний ресурс: відсутність налагодженого механізму взаємодії між владними структурами, невисокий рівень взаємодії між структурами та рівень вироблення спільних уявлень щодо здійснення інформаційної політики з питань євроінтеграційних заходів.

Ризики державного втручання – ситуації неспроможності органів влади: недосконалість політичних процесів, зокрема, при підготовці політичних рішень, недостатня компетентність політиків і державних службовців, недостатній рівень розвитку державних інститутів, а також інформаційна асиметрія, про що йшлося у пункті «2. Підстави для державного втручання».

5. Моделювання проблеми

5.1 Мета вирішення проблеми: привернення уваги суспільства до теми європейської інтеграції, формування гомогенної позитивної громадської думки щодо заходів здійснення євроінтеграційної політики.

5.2 Очікувані результати

Короткострокові

Широкі маси населення будуть ознайомлені із заходами, що здійснюються в межах євроінтеграційного курсу завдяки продуктам політики.

Середньострокові

Підвищення обізнаності громадськості про важливість, переваги та виклики європейської інтеграції, про те, що конкретно потрібно робити на шляху до ЄС і що з цього вже було зроблено.

Покращене розуміння громадськістю державної політики в межах курсу та інститутів Європейського Союзу.

Довгострокові

Збільшення залученості: заохочення громадськості до більшої взаємодії з інститутами громадянського суспільства, з державними установами, а також з інституціями, програмами ЄС (наприклад, Erasmus+, Horizon Europe і Creative Europe), а також з проектами та ініціативами, що фінансуються ЄС.

Зниження скептицизму і недовіри до ЄС та до державної влади завдяки прозорій, достовірній та надійній інформації про політику, дії та вплив на суспільне життя.

5.3 Індикатори результативності та цільові індикатори

Індикатор результативності	Цільовий індикатор
Кількість інформаційного продукту, що виробляється та поширюється в межах політики.	До 1 січня 2025 року кількість інформаційних продуктів збільшилась на 50% порівняно з 1 січнем 2023 року.
Кількість населення, що бере участь в освітніх заходах, форумах, дискусіях (зокрема й у обговореннях у соціальних мережах), присвячених євроінтеграційній політиці та заходах, що нею передбачені.	За період 2024-2027 року частка населення, що бере участь в освітніх заходах на тему євроінтеграційної політики, зросла удвічі від початку реалізації політики.
Кількість відгуків та звернень до профільних установ, заповнених анкет і форм зворотнього зв'язку за 1 місяць.	Станом на 1 квітня 2026 року кількість відгуків та звернень до відповідальних за реалізацію політики установ за 1 місяць збільшилась на 15% порівняно з 1 квітнем 2023 року.
Кількість населення, що бере участь у громадських обговореннях, консультаціях, надсилає звернення та запити до органів державної влади.	До 1 січня 2027 року залученість населення до громадських обговорень та консультацій зросла на 15%, кількість звернень та запитів збільшилась на 20% порівняно з 1 січнем 2023 року.

Онлайн-взаємодія: кількість позитивних коментарів, відгуків, вподобань, підписників, публікацій онлайн-просторі.	За період 2024-2027 років кількість підписників, позитивних коментарів та вподобань під публікаціями та кількість публікацій на тему заходів з європейської інтеграції зросла на 30% порівняно з кількістю станом на початок впровадження політики.
--	---

6. Формулювання варіантів політики

6.1 Альтернатива № 1. Збереження чинної політики: залишити незмінним рівень поінформованості громадян України євроінтеграційні заходи України.

6.1.1. Інструменти чинної політики

Чинна політика інформування громадян про заходи з європейської інтеграції полягає у наявності нормативно-правової бази, в якій визначені завдання з інформування громадськості про заходи з євроінтеграції, відповідно до якої заходи з інформування населення здійснюють провідні державні інститути: Міністерство культури та інформаційної політики України, Офіс Віце-прем'єрки з питань європейської та євроатлантичної інтеграції України і Урядовий офіс координації європейської та євроатлантичної інтеграції. Окрім того, задля підвищення рівня обізнаності громадян із заходами у сфері євроінтеграції були проведені інформаційні кампанії щодо роз'яснення зв'язку між реформами, виконанням Угоди про асоціацію та позитивними змінами в житті громадян України, а також щодо основних європейських цінностей та їх значення для побудови успішної європейської держави.

6.1.2. Переваги збереження чинної політики

На поточному етапі наявна інституційна та нормативно-правова база дозволяє впроваджувати заходи з інформаційного забезпечення євроінтеграційної політики України. Серед переваг збереження статусу-кво є відсутність витрат на заходи щодо вирішення проблеми, відсутність необхідності змінювати чинний план заходів з інформування населення, розроблення нових стратегій комунікації з питань євроатлантичної інтеграції України.

6.1.3. Недоліки збереження чинної політики

Чинна політика не в змозі забезпечити збільшення підтримки євроінтеграційної політики на національному рівні, державні органи повноцінно не використовують можливості інформування суспільства про здобутки та про перебіг політики на шляху до вступу у ЄС. Відповідно, заходи з реалізації дійсної Стратегії комунікації з питань євроатлантичної інтеграції України мають більше декларативний характер. Через брак ефективних механізмів інформування українців про євроінтеграційну політику рівень політичної свідомості та зацікавленості громадян у цій сфері є недостатньо високим, суспільство не вмотивоване брати активну участь у політичному житті держави і долучатися до євроінтеграційних заходів.

6.2 Альтернатива №2. Комунікація із залученням мас-медіа: проведення інформаційної кампанії та рекламних ініціатив.

6.2.1. Завдання і заходи з реалізації альтернативи

Потенційне впровадження такого варіанту полягатиме у тому, щоб забезпечити висвітлення засобами масової інформації актуальної та об'єктивної інформації про реалізацію стратегічного курсу євроатлантичної інтеграції. Це передбачає проведення інформаційних кампаній на широкий загал за допомогою каналів комунікації для того, щоб охопити якомога більший відсоток населення.

Зокрема:

- створення інформаційних телевізійних програм, ток-шоу, рекламних відео-роликів для трансляції на національних та регіональних каналах;

- організація масових освітніх заходів на тему євроінтеграції України: виставок, форумів, зустрічей і розповсюдження інформації про них за допомогою соціальних мереж та онлайн-платформ;
- створення єдиного бренду в межах теми «Україна-ЄС» (на кшталт UkraineNow). Розповсюдження аудіо-, відео- та інших інформаційних матеріалів у єдиному стилі відповідно до визначеного бренду для того, щоб сформувати асоціативний образ/імідж, за допомогою якого буде просуватися тема євроінтеграції;
- залучення до інформаційної кампанії лідерів суспільної думки та осіб, що користуються авторитетом серед українського суспільства.

6.2.2. Переваги альтернативи

Проведення інформаційної кампанії із залученням мас-медіа дозволить охопити широкі маси населення і відповідно налагодити різносторонню комунікацію щодо впровадження євроінтеграційної політики. Окрім того, інтерактивність, доступність, залучення експертів, авторитетних лідерів громадської думки та створення єдиного образу, з яким громадськість зможе асоціювати євроінтеграційний процес, дозволить значно підвищити попит на інформацію про перебіг інтеграції України до ЄС і стимулювати стосовно цього дискусію серед населення.

6.2.3. Недоліки альтернативи

Впровадження альтернативи потребуватиме значних фінансових затрат, пошуку партнерів та експертів у сфері рекламування, брендингу та комунікацій, пошуку та залучення висококваліфікованого персоналу.

6.3 Альтернатива №3. Комунікація на державному рівні: урядова інформаційно-освітня кампанія.

6.3.1. Завдання і заходи з реалізації альтернативи

Оскільки відповідальність за здійснення інформування громадян стосовно європейської інтеграції в першу чергу покладена на державні органи, що впроваджують таку політику, завданням здійснення цієї альтернативи є налагодження систематичної інформаційної взаємодії між органами державної влади, посадовими особами та громадянами. Якщо основним «каналом» інформування виступатимуть державні інституції, то це передбачатиме такі заходи, як розробка комунікаційних планів, публікація звітів, здійснення заяв, повідомлень та регулярних доповідей щодо успіхів впровадження реформ і заходів у рамках реалізації стратегічного курсу євроатлантичної інтеграції.

6.3.2. Переваги альтернативи

Здійснення комунікації на державному рівні щодо мети, змісту, результатів євроінтеграційної політики України здатне не лише підвищити поінформованість громадськості, але й посилити довіру до державних інститутів, які будуть здійснювати інформування і сформувати позитивний імідж щодо їх діяльності. Наявність зворотнього зв'язку під час проведення комунікації також дозволить підвищити прозорість, підзвітність та доступність діяльності органів публічної влади.

6.3.3. Недоліки альтернативи

- Додаткове навантаження на державні органи та наділення їх посадових осіб додатковими повноваженнями.
- Брак організаційного ресурсу, який необхідний для впровадження альтернативи.

6.4 Альтернатива №4. Комунікація через взаємодію з інститутами громадянського суспільства та міжнародними установами.

6.4.1. Завдання і заходи з реалізації альтернативи

В Україні існує низка недержавних організацій, що займаються здійсненням інформаційно-просвітницької роботи у сфері євроінтеграції. Налагодження інформаційної взаємодії з громадськими організаціями та представництвами Європейського Союзу і його

держав-членів сприятиме запровадженню регульованого механізму поширення інформації стосовно євроінтеграції через інститути громадянського суспільства як посередників між державою та населенням.

Заходи з реалізації такої політики полягатимуть в наступному:

- вироблення порядку передачі інформації від державних органів, що займаються впровадженням євроінтеграційної політики, до відповідних структур громадянського суспільства;
- проведення всебічних заходів за сприяння міжнародних партнерів і у співпраці з громадськими організаціями: регіональних форумів, фестивалів, громадських обговорень, тренінгів, лекцій і тд;
- надання матеріального забезпечення інформаційно-освітніх ініціатив у сфері європейської інтеграції;
- проведення зустрічей, на дво- та багатосторонньому рівні задля налагодження діалогу з міжнародними партнерами з метою їх подальшого інтегрування у комунікаційний процес.

6.4.2. Переваги альтернативи

- Наявна інституційна база та розвинена мережа громадських інститутів.
- Опосередкованість діяльності публічних органів через здійснення інформування від представників громадянського суспільства, які користуються авторитетом серед населення.

6.4.3. Недоліки альтернативи

- Значні фінансові витрати на підтримку функціонування громадських організацій, через які буде проведена комунікація.
- Відсутність налагодженого механізму співпраці – необхідність його вироблення.

7. Порівняння варіантів політики

7.1 Опис критеріїв для порівняння

Для визначення *результативності* було з'ясовано цілі політики та міри їх досягнення. У таблиці з порівняльним аналізом варіантів оцінюється ймовірність досягнення проголошених цілей кожним із варіантів політики.

Результативність:

Критерій оцінювання	Оцінка варіанта політики			
	Збереження чинної політики	Альтернатива 2	Альтернатива 3	Альтернатива 4
Імовірність досягнення мети	1	4	2	3
Тривалість досягнення мети	1	4	2	3
Кількість інформаційного продукту, що виробляється та поширюється в межах політики	1	4	2	3
Кількість населення, охопленого інформаційними	1	4	3	2

продуктами внаслідок політики				
Сумарна оцінка:	4	16	9	11

Для визначення *ефективності* було співвіднесено і порівняно витрати та вигоди щодо реалізації кожної з альтернатив стосовно кожного з ключових об'єктів впливу.

Ефективність:

Об'єкт впливу	Якісний опис варіанта політики							
	Збереження чинної політики		Альтернатива 2		Альтернатива 3		Альтернатива 4	
	Вигоди	Витрати	Вигоди	Витрати	Вигоди	Витрати	Вигоди	Витрати
Держава	+1	0	+1	-1	+1	-1	+1	0
Бізнес	0	0	+1	0	0	0	0	-1
Громадяни	0	0	+1	0	+1	0	-1	0
Рейтинг:	1		2		0		-1	

(де +1 – зростання вигоди, 0 – незмінність вигід/витрат, -1 – зростання витрат)

Оцінка *справедливості* була сформована беручи до уваги вплив від потенційного впровадження варіантів політики на різні групи населення.

Політична здійсненність була оцінена із врахуванням того, наскільки потенційна реалізація кожної з альтернатив відповідає пріоритетним завданням політичної влади.

Політична здійсненність:

Критерій оцінювання	Якісний опис варіанта політики			
	Збереження чинної політики	Альтернатива 2	Альтернатива 3	Альтернатива 4
Відповідність пріоритетним завданням уряду	2	4	3	1
Імовірність політичної підтримки	2	3	4	1
Ставлення громадськості	1	4	3	2
Ставлення груп інтересів	1	4	2	3
Відповідальність за рішення	3	2	4	1
Рейтинг:	9	17	16	8

Визначення *адміністративної здійсненності* проводилося з урахуванням доступності ресурсів за наявних умов.

Адміністративна здійсненність:

Критерій оцінювання	Якісний опис варіанта політики			
	Збереження чинної політики	Альтернатива 2	Альтернатива 3	Альтернатива 4

Наявність нормативно-правової бази	4	2	1	3
Імовірність реалізації за чинних адміністративних умов	4	3	1	2
Інтерес службовців	4	3	1	2
Рейтинг	12	8	3	7

7.2 Порівняльний аналіз варіантів

Критерій	Чинна політика	Інформаційна кампанія із залученням мас-медіа	Комунікація на державному рівні	Комунікація через інститути громадянського суспільства
Результативність	1	4	2	3
Ефективність	3	4	2	1
Справедливість	1	3	4	2
Політична здійсненність	2	4	3	1
Адміністративна здійсненність	4	3	1	2
Усього:	11	18	12	9
Рейтинг варіанту:	3	1	2	4

8. Рекомендації та реалізація

8.1 Рекомендований варіант

На основі вище проведеного аналізу рекомендованою до втілення є Альтернатива №2, яка полягає у здійсненні комунікації із залученням мас-медіа. Перевагами обраного варіанту політики є його висока результативність, справедливе співвідношення отриманих вигод до витрат на його реалізацію, інтерактивність та доступність для громадськості.

8.2 Заходи щодо реалізації рекомендованого варіанту

Для імплементації варіанту політики, яка передбачена запропонованою альтернативою, розроблено наступний план її впровадження:

- розробка широкомасштабної інформаційної кампанії із залученням декількох джерел впливу на громадськість.
1. Створення інформаційних програм, спеціальних проєктів із залученням експертів у сфері євроінтеграції, та їх трансляція через теле- та радіо-засоби.
 2. Розробка та поширення рекламних роликів, інформаційних банерів, брошур, забезпечення роботи інформаційних видань.
 3. Організація громадських заходів з приводу нагальних питань, складових, державних заходів, пов'язаних зі вступом до ЄС (форуми, виставки, семінари, лекції).
 4. Створення інформаційних центрів та онлайн-платформ, спрямованих на здійснення просвітницької діяльності у євроінтеграційній сфері.
 5. Створення єдиного бренду та відповідного стилю, що асоціюватиметься із вступом України до ЄС; здійснення усієї комунікації із дотриманням визначених в рамках бренду параметрів.
 6. Залучення лідерів громадської думки та авторитетних для населення осіб до підтримки інформаційної кампанії, поширення інформаційних продуктів на свою аудиторію.

Варто зазначити, що втілення рекомендованого варіанта політики за допомогою інформаційних інструментів, а саме на таких способах впливу на формування громадської думки, як переконання, розповсюдження інформації, агітація та консультування.

8.3 Створення підтримки рекомендованому варіанту

8.3.1. Цілі і завдання комунікації

Комунікація рекомендованого до впровадження варіанта політики буде здійснюватися задля досягнення наступного:

1. Донести до суспільства необхідність змін у чинній політиці та удосконаленні шляхів здійснення інформування;
2. Збільшити обізнаність громадян із заходами, реалізація яких планується відповідно до рекомендованого обраного курсу політики;
3. Привернути увагу суспільства до теми європейської інтеграції та переконати громадськість у важливості здійснення необхідних змін та перевагах вступу;
4. Зменшити ризики незадоволення та скептицизм щодо вступу до Європейського Союзу та збільшити підтримку влади та державної політики населенням.

Під час розроблення комунікативного плану щодо адвокації рекомендованого варіанта, доречно керуватися досвідом європейської інтеграції Польщі, а саме звернути увагу на рівень суспільної підтримки вступу до ЄС до та після проведення відповідної політики щодо збільшення обізнаності громадян, основні перешкоди на шляху впровадження євроінтеграційної політики. Окрім того, важливим є розуміння того, як була прокомунікована потреба в євроінтеграції у Польщі та яким чином вдалося забезпечити інформаційний супровід євроінтеграційної політики так, щоб переконати різні верстви населення у необхідності та перевагах вступу, а також забезпечити підтримку суспільством дій держави щодо нього.

Ризики, пов'язані з реалізацією варіанта політики, можуть стосуватися критики органів влади щодо надмірних витрат, які можна усунути, забезпечивши прозорість розподілу бюджету на конкретні заходи в межах рекомендованої політики та забезпечення контролю за їх використанням (наприклад, через звітування та моніторинг).

8.3.2. Групи інтересів, на які вплине реалізація політики

До категорій заінтересованих сторін, на які вплине реалізація політики, доречно віднести:

1. Групи населення, вчинити прямий вплив на яких є метою політики – тобто, перш за все це населення, віком від 30 років, та населення у віковій категорії 60+, оскільки саме серед них, відповідно до даних досліджень громадської думки, спостерігається невисокий рівень обізнаності та підтримки євроінтеграційного курсу та заходів, що він передбачає.

Впливовість	Прихильність	Роль
1	+2	2

Очікується позитивне сприйняття реалізації політики у зв'язку із появою нових продуктів та джерел інформування, цільових заходів, що покликані допомогти населенню вільно володіти інформацією щодо важливого стратегічного курсу держави.

2. Інституції, які відповідальні за здійснення політики у сфері інформування населення, а саме: *Офіс Віце-прем'єрки з питань європейської та євроатлантичної інтеграції України, Урядовий офіс координації європейської та євроатлантичної інтеграції, Парламентська експертна група з євроінтеграції*, оскільки впровадження змін у чинній політиці передбачатиме зміни і в їх діяльності.

Впливовість	Прихильність	Роль
4	+1	4

Очікується позитивне сприйняття та заохочення реалізації політики, оскільки остання дозволить створити нові можливості для налагодження взаємодії між провідними державними органами та недержавними акторами, а також збільшити залученість громадськості та її взаємодію з інститутами громадянського суспільства, установами та проектами, спрямованими на підвищення обізнаності про перебіг євроінтеграції.

3. *Інформаційні агентства та медіа-джерела*, що будуть змушені змінювати свою політику і свою діяльність відповідно до впровадженої політики.

Впливовість	Прихильність	Роль
3	+1	3

Очікується позитивне сприйняття реалізації політики у зв'язку із появою додаткових ресурсів та можливостей, нових продуктів політики, що спростять діяльність інформаційних агентств та медіа, забезпечуючи інформування населення щодо заходів з євроінтеграції власним чином.

4. Державні установи, діяльність яких пов'язана із виробленням інформаційних продуктів, а саме *Державний комітет телебачення і радіомовлення України*.

Впливовість	Прихильність	Роль
2	+1	2

Оскільки, відповідно до Положення «Про Державний комітет телебачення і радіомовлення України» Держкомтелерадіо є головним органом у системі центральних органів виконавчої влади, що бере участь у забезпеченні формування та реалізує державну політику у сфері телебачення і радіомовлення, інформаційній та видавничій сфері [9], очікується, що реалізація політики значно збільшить навантаження на орган, відповідно ускладнивши реалізацію інтересів Держкомтелерадіо.

8.3.3. Ключові повідомлення

1. Держава сприятиме рівномірному поширенню та доступу до інформації про важливі для суспільного життя напрями політики.
2. Здійснення заходів з інформування населення щодо перебігу євроінтеграційної політики – це необхідний крок, що відповідає цивілізаційним демократичним цінностям та свідчить про піклування держави про добробут та обізнаність власних громадян.
3. Держава сприятиме забезпеченню об'єктивної та достовірної інформації, здійснюватиме прозору комунікацію щодо планів та перспектив на майбутнє.
4. Здійснення політики – це запорука налагодження діалогу між державою та громадянами, об'єднання навколо спільних потреб та цінностей.

8.3.4. Методи та способи інформування

1. Розміщення повідомлення з інформацією про заплановану реалізацію політики на Урядовому порталі.
2. Проведення прес-конференцій щодо цілей, завдань і плану заходів з реалізації політики для медіа, фахової спільноти, забезпечення онлайн-трансляції прес-конференції через телебачення та Інтернет.
3. Здійснення інформаційних публікацій в медіа-виданнях.

8.3.5. Фінансове забезпечення

На здійснення заходів, передбачених комунікативним планом, можуть залучатися кошти зацікавлених у реалізації політики сторін (державних установ, громадських організацій), у співпраці з міжнародними організаціями та представництвом ЄС в Україні.

8.4 Оцінювання реалізації

8.4.1. Цілі оцінювання

1. Наскільки результативною є політика та заходи, передбачені нею?
2. Як проведення консультацій зі стейкхолдерами вплинуло на реалізацію політики та визначених заходів?
3. Чи ефективно розподіляються та використовуються ресурси, виділені на реалізацію політики?
4. Яким є вплив впроваджуваної політики на цільову аудиторію?

8.4.2. Організація оцінювання

План оцінювання налічуватиме види затрачених ресурсів на реалізацію політики, види діяльності (заходів), на яку спрямовуються ресурси, продукти, отримані внаслідок діяльності, очікувані результати та впливи. Період часу, за який оцінюються здійснені в межах політики заходи – 1 рік.

Здійснення оцінювання відбуватиметься щорічно органами, відповідальними за реалізацію політики, а також передбачатиме залучення третіх сторін – експертних консалтингових груп, наприклад, інститутів соціологічних досліджень та незалежних аналітичних центрів.

Витрати на організацію та проведення оцінювання, передбачено покрити з бюджету замовника – Міністерства культури та інформаційної політики України.

8.4.3. Проведення оцінювання

Передбачається, що оцінювання буде проводитись шляхом виокремлення очікуваних результатів впровадження заходів в межах політики, та визначення індикаторів результативності щодо кожного з них. Таким чином, це дозволить оцінити, наскільки політикою досягаються цілі та результати, визначити наявність або відсутність досягнень та прогресу у впровадженні політики.

Приклад критеріїв та показників, що можуть використовуватися під час оцінювання:

<i>Очікуваний результат</i>	<i>Індикатор результативності</i>	<i>Цільовий індикатор</i>
Збільшення поінформованості населення про перебіг євроінтеграційної політики.	Кількість населення, охопленого інформаційними продуктами, які виробляються та поширюються в межах політики.	Станом на 1 січня 2026 року кількість населення, на яке поширюються інформаційні продукти, зросла на 50%.

Підвищення розуміння державної політики в межах євроінтеграційного курсу та заходів, що передбачені нею.	Кількість відгуків та звернень, заповнених анкет і форм зворотнього зв'язку.	Станом на 1 квітня 2027 року кількість позитивних відгуків зросла на 30% від початку впровадження політики.
Забезпечення активної участі громадян у форумах, семінарах, відкритих дискусіях та подібних заходах, що здійснюються в межах політики.	Кількість учасників форумів, семінарів, дискусій та кількість запитань, озвучених під час заходів.	Станом на 1 січня 2027 року кількість учасників зросла на 30%, а кількість запитань від учасників збільшилась на 20%.

Джерелами даних, необхідних для проведення оцінювання, можуть слугувати матеріали та інформація з опитувань громадської думки, веб-аналітики та моніторингу медіа, дослідження статистики переглядів на веб-сайтах та відстежень у соціальних мережах.

8.4.5. Рекомендації щодо подальших дій

У випадку, якщо фактичні досягнені показники значно відрізняться від заявлених бажаних на більше, ніж 30%, політика буде вважатися нерезультативною і вимагатиме змін/доопрацювання.

У випадку успішної реалізації політики на ключових її етапах та досягнення бажаних індикаторів, політика буде вважатися результативною і потребуватиме продовження імплементації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Довіра до інститутів суспільства та політиків, електоральні орієнтації громадян України (липень–серпень 2021р.). *Центр Разумкова*. URL: <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/dovira-do-instytutiv-suspilstva-ta-politykiv-elektoralni-oriiientatsii-gromadian-ukrainy> (дата звернення: 10.12.2023).
2. Оцінка громадянами ситуації в країні, довіра до соціальних інститутів, політико-ідеологічні орієнтації громадян України в умовах російської агресії (вересень–жовтень 2022р.). *Центр Разумкова*. URL: <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/otsinka-gromadianamy-sytuatsii-v-kraini-dovira-do-sotsialnykh-instytutiv-politykoideologichni-oriiientatsii-gromadian-ukrainy-v-umovakh-rosiiskoi-agresii-veresen-zhovten-2022r> (дата звернення: 10.12.2023).
3. Конституція України від 28 червня 1996 р. № 254к/96-ВР // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 30. – Ст. 141.
4. Szczerbiak A. Referendum Briefing No 5. The Polish EU Accession Referendum, 7 – 8 June 2003. *University of Sussex*. URL: <https://www.sussex.ac.uk/webteam/gateway/file.php?name=epern-ref-no-5.pdf&site=266> (date of access: 10.12.2023).
5. Opinions on Polish Integration into the European Union. *Polish Public Opinion*. 1997. *Fundacja CBOS - strona główna*. URL: https://www.cbos.pl/PL/publikacje/public_opinion/1997/09_1997.pdf (date of access: 10.12.2023).
6. Україна-ЄС: Шлях до політичної асоціації. Аналітична збірка *Центр Разумкова*, 2021. URL: https://razumkov.org.ua/uploads/article/2021_association.pdf
7. Ukrinform. Більшість українців позитивно ставляться до євроінтеграції. *Укрінформ - актуальні новини України та світу*. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3197563-bilsist-ukrainciv-pozitivno-stavlatsa-do-evrointegracii.html> (дата звернення: 10.12.2023).
8. Аналітичний звіт «Думки і погляди населення України щодо євроінтеграції». *Association4u*. URL: https://association4u.in.ua/docs/EUK_Omnibus_Report_UKR.pdf (дата звернення: 10.12.2023).
9. Про затвердження Положення про Державний комітет телебачення і радіомовлення України : Постанова Каб. Міністрів України від 13.08.2014 р. № 341 : станом на 29 лип. 2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/341-2014-p#Text> (дата звернення: 10.12.2023).