

Барандій М., Шестоперова В., Шутяк Ю. (2017, 6 червня). Журналістика vs міфотворчість: хто і що формує імідж України в Європі. *Mind.ua*. <https://mind.ua/openmind/20172752-zhurnalistika-vs-mifotvorchist-hto-i-shcho-formue-imidzh-ukrayini-v-evropi>

Журналістика vs міфотворчість: хто і що формує імідж України в Європі

Барандій М., Шестоперова В., Шутяк Ю.

Які чинники впливають на уявлення пересічних європейців про Україну та як це позначається на зовнішній політиці їхніх держав

PROMOTE UKRAINE, неурядова громадська організація (Брюссель) 6 ЧЕРВНЯ 2017, 11:00

*Євроінтеграційні амбіції України, що формуються і проявляються на тлі активного розвитку новітніх засобів комунікації, виводять на перший план питання іміджу держави на світовій арені. А також – хто і як допомагає іншим державам скласти адекватне уявлення про Україну та її громадян. Яким чином інструменти гібридної війни можуть зашкодити цим зусиллям або й узагалі звести їх нанівець? Чия місія важливіша – професійних журналістів, політиків, неформальних лідерів думок чи простих громадян? Чи може за ефективністю звичайний пост у соціальній мережі дорівнювати публікації на перших шпальтах видання з багаторічною історією? Спеціалісти **НУО Promote Ukraine (Брюссель)** проаналізували, як зображають Україну в різних джерелах інформації та який вплив це має на формування іміджу країни у свідомості пересічного європейця.*

Проблема формування іміджу країни стала настільки важливою, що цьому питанню присвячуються наукові праці, а уряди розробляють і втілюють відповідні програми. Імідж країни впливає на надходження інвестицій, кількість іноземних туристів, ставлення до громадян цієї країни та її продукції і товарів, а також на зовнішню політику інших держав щодо неї. І це не завжди відповідає тому, що ця країна може насправді запропонувати світові.

Досить часто на формування іміджу свідомо чи несвідомо впливають різні політичні сили, організації та навіть окремі люди. Більше того, у сучасному інформаційному світі інструменти комунікації дозволяють використовувати високоефективні методи як для побудови позитивного іміджу, так і для дискредитації окремої країни.

Революція гідності, події на Донбасі та в Криму змусили заговорити про Україну ЗМІ більшості країн світу. Однак згодом новин в іноземних медіа про нашу країну стало набагато менше. Увага перемістилася на Близький Схід, безпеку в Європі та терористичні атаки, а також на інші проблеми, на тлі яких помітно вщух інтерес до українських проблем.

Водночас російська пропагандистська машина продовжує активно працювати над погіршенням іміджу України та низки інших країн світу.

Якою є роль ЗМІ?

Інформація про Україну в Європі поширюється через закордонних журналістів та інших іноземців, які побували в Україні чи мають з нею справи; через українські іншомовні ЗМІ, жителів України та українську діаспору. Від цих осіб та організацій як каналів поширення інформації залежить те, як сприймають Україну громадяни інших держав.

Іноземні журналісти в основному висвітлюють резонансні події: **катастрофи, дипломатичні скандали, конфлікти, грубі порушення спільних цінностей**. Але також іноземну пресу цікавлять і позитивні новини про перемоги, досягнення, відкриття. У таких випадках джерелом інформації є інші ЗМІ, перевірені повідомлення від організацій, експертів та інших осіб або власна присутність на місці подій.

І от саме з посиланнями на інші ЗМІ, особливо іншомовні, починаються проблеми. В українських ЗМІ іноземні журналісти часто не можуть віднайти для себе тої родзинки, яка би привернула увагу їхніх головних редакторів і дозволила оформити їм відрядження в Україну.

Утім, серед українських ЗМІ, що мають найбільший вплив на міжнародну аудиторію – інформаційні агентства Інтерфакс-Україна та Укрінформ, англomовні видання – Kyivpost, канали 112 International, UATV, нові незалежні медіа – Hromadske International, Stopfake, Euromaidanpress та ін. Але і вони не можуть похвалитися великою міжнародною аудиторією і досить часто поступаються конкурентам, які більш відомі в журналістських колах інших країн світу.

Переважно інформацію про Україну поширюють журналісти тих країн, які мають до неї специфічний інтерес: Росія та США (як протипага Росії), Польща, інші країни Східної Європи та Балтії. Особливо розкрученими є такі російські канали інформації, як Sputniknews, Russia Today, Novorossia.today, які часто поширюють дезінформацію про Україну. Водночас відповідно до аналітики моніторингового проекту ОКО, у 2016 році **найбільше про Україну писали авторитетні західні англomовні ЗМІ**. При цьому, як відмічають автори дослідження, матеріал авторитетних світових ЗМІ має більше поширення та покриття, ніж матеріали місцевих ЗМІ.

Обережно, фейк

Джерело дезінформації можна виявити через такі інструменти, які пропонують, наприклад, Стопфейк в Україні та DisinfoReview в Європі. Останній є продуктом Eaststratcom – оперативної групи Європейської служби зовнішніх справ з питань подолання дезінформації. Наприкінці 2015 року Єврокомісія створила таку оперативну групу по боротьбі з пропагандою у відповідь на початок інформаційної війни з боку Кремля. Її завдання – виявити

Барандій М., Шестоперова В., Шутяк Ю. (2017, 6 червня). Журналістика vs міфотворчість: хто і що формує імідж України в Європі. *Mind.ua*. <https://mind.ua/openmind/20172752-zhurnalistika-vs-mifotvorchist-hto-i-shcho-formue-imidzh-ukrayini-v-evropi>

новини із фейковою інформацією в країнах Європи, знайти джерело цієї інформації, відшукати справжню інформацію та її джерело та розповсюдити серед усіх зацікавлених осіб.

На думку більшості експертів, шляхом пропаганди та дезінформації російська влада досягає двох цілей. По-перше, вона забезпечує свою власну легітимність та популярність, а по-друге – використовує цей інструмент як захист від цінностей західного світу. Для досягнення цих цілей використовують різноманітний арсенал: від відвертої брехні до перекручування фактів, напівправди, перебільшення та маніпуляцій із фактами. У сюжетах російської пропаганди ЄС показують, як слабку інституцію, що перебуває у моральному занепаді та страждає від напливу мігрантів та внутрішніх негараздів. На цьому тлі Росія із її авторитарною системою державного управління виглядає стабільною та комфортною для проживання громадян.

Пошуки зовнішнього ворога – інша характерна ознака російської пропаганди, тому українців часто представляють у вигляді «фашистів», які калічать дітей та знущаються над літніми людьми. Логічним продовженням цієї лінії є ідея порятунку «Русского мира», зокрема на Донбасі та в Криму, від «ультранаціоналістичного» режиму, який прийшов до влади в Києві.

На основі даних Stratcom за цей рік ми виділили наступні міфи, які розповсюджує російська пропаганда.

1. Реформи в Україні провалились, рівень корупції навіть вищий, ніж був за часів президентства Віктора Януковича.
2. Україна не потрібна Європі, її використовують у своїх меркантильних інтересах.
3. В Україні, яку захопили праві радикали, панує фашистська ідеологія.
4. Україна відповідальна за невиконання Мінських угод.
5. Анексія Криму – це вільне вираження права народу на самовизначення.
6. Якби Крим та Донбас не вийшли з-під впливу України, їхнє населення стало би жертвою правих радикалів.
7. Громадські організації в Україні – це «п'ята колона Заходу».

«Україна – держава-лузер» – так у трьох словах можна описати головну тезу, навколо якої крутиться російський інформаційний простір у питаннях України. Така Україна подобається Кремлю набагато більше, адже у такому випадку Росія, із усіма її негараздами, здається російській людині не такою вже й поганою.

Західна преса про Україну

Головна проблема висвітлення українських реалій у західній пресі – це те, що Україну досі сприймають у контексті Росії. Більшість журналістів все ще

Барандій М., Шестоперова В., Шутяк Ю. (2017, 6 червня). Журналістика vs міфотворчість: хто і що формує імідж України в Європі. *Mind.ua*. <https://mind.ua/openmind/20172752-zhurnalistika-vs-mifotvorchist-hto-i-shcho-formue-imidzh-ukrayini-v-evropi>

дивляться на Україну як на пострадянську країну, хоча у нас таке формулювання вже залишилося лише в підручниках старого видання.

Переважна більшість європейської преси активно писала про конфлікт із Росією, коли він тільки розпочався. Втім, поступово увага перемістилася на інші проблеми. Україна наразі не з'являється на перших шпальтах газет та журналів, ці новини перейшли у розряд «другорядних». А конфлікт із Росією отримав ярлик «млявоплинний». Хоча переважна більшість європейських видань стають на бік України в цьому конфлікті, наголошуючи на незаконності дій російської влади.

Досить часто видання звертаються до тематики Криму та порушень прав людини на півострові, зокрема це стосується кримських татар. Але переважно ньюзмейкерами з цього приводу стають міжнародні організації на кшталт Amnesty International та їй подібні.

Фронтіві новини лунають регулярно, але на рівні інформаційних заміток, із констатацією тих чи інших фактів.

Тільки у випадках загострення ситуації (наприклад, загибель спостерігачів від ОБСЄ) Україна з'являється на перших шпальтах у європейських новинах. Також час від часу інформаційними приводами стають наші внутрішні політичні перипетії та корупційні скандали (зокрема, кримінальна справа проти экс-голови ДФС Романа Насірова). Тут європейські журналісти досить часто критикують українську владу за відсутність реформ та високий рівень корупції.

У питанні європейських прагнень України медіа переважно обирають нейтральну тональність, не вдаючись до крайнощів – не закликають Євросоюз прийняти Україну, але й не виступають категорично проти. Таким чином, підтверджуючи тезу європейських політиків: наразі таке питання не стоїть.

Так, наприклад, новина про безвізовий режим, наданий Україні, залишилася майже без уваги європейських ЗМІ. Але у тому є і свій позитив, бо європейські видання також акцентували на загрозі напливу мігрантів із України.

Іншим приводом стають пригоди українців у Європі, наприклад, коли в Антверпенському порту були заблоковані 16 українських водіїв, що нелегально працювали на бельгійську компанію. Або українські перевізники нелегальних мігрантів у Європу – новини про них регулярно з'являються у ЗМІ Італії, що зумовлене географічним чинником. Більшість подібного роду публікацій надають радше негативний контекст сприйняттю нашої держави. Реформи та позитивні зрушення, як правило, залишаються поза увагою, якщо вони не мають безпосереднього впливу на європейців.

Для узагальнення наведемо тези, які лунають щодо України в західноєвропейських ЗМІ:

1. В Україні високий рівень корупції, який заважає здійсненню реформ.

Барандій М., Шестоперова В., Шутяк Ю. (2017, 6 червня). Журналістика vs міфотворчість: хто і що формує імідж України в Європі. *Mind.ua*. <https://mind.ua/openmind/20172752-zhurnalistika-vs-mifotvorchist-hto-i-shcho-formue-imidzh-ukrayini-v-evropi>

2. Україна намагається вийти із сфери російського впливу, Росія тому всіляко заважає.
3. Україна – країна на роздоріжжі: між Заходом та Сходом.
4. Конфлікт в Україні спровокований проросійськими сепаратистами за підтримки Росії.
5. У Криму після анексії відбуваються масові порушення прав людини з боку російської влади.
6. В Україні – високий рівень злочинності, яка в тому числі діє в Європі.
7. Креативне молоде покоління та громадянське суспільство – рушійна сила України на її шляху до демократії.

Україна очима пересічних європейців

Promote Ukraine спробувала дізнатися думку європейців щодо України і чи співпадає ця думка з тими тезами, які несуть західноєвропейські та російські ЗМІ. Ми поспілкувалися із громадянами різних країн Європи, як у приватних контактах, так і опитуючи людей на вулицях великих європейських міст. На додаток ми провели Facebook-опитування, в якому попросили користувачів виокремити асоціації із Україною. Результати проведеного дослідження не дозволяють робити узагальнення на все населення ЄС, але є корисними для виявлення окремих думок щодо України, співставлення їх з тенденціями у ЗМІ та для формулювання напрямів подальших досліджень.

Всупереч розповсюдженій серед самих українців думці про те, що нас знають за вишиванками, борщем та гарними жінками – ніхто з опитаних європейців не пригадав цих національних особливостей України. Натомість знають про українські родючі землі, що Україна за радянських часів була «житницею Європи» та про економічне співробітництво. Деякі іноземці також відзначають високий рівень освіти українських громадян, переваги спільної релігії, демократичні реформи та українську культуру.

Ще одним позитивним моментом є те, що Україну більше не асоціюють із високим рівнем проституції. Ще 5–10 років тому в Європі панувала думка про поставки жінок легкої поведінки до Європи (нагадаємо, у Нідерландах до Євро-2012 навіть зняли відповідний соціальний ролик із закликами не їхати до України). Але ніхто із опитаних нами європейців навіть не пригадав про це.

Переважно люди у Європі добре обізнані про події Помаранчевої революції та Євромайдану, адже про це «казали в усіх новинах». У зв'язку з цим подекуди пригадують імена Віктора Ющенка та Юлії Тимошенко, але в цілому мало знають про інших українських політиків. Більшість не знає навіть ім'я нинішнього президента. Водночас стабільно лунає теза про українську корупцію та Чорнобиль.

Майже всі знають про анексію Криму та конфлікт із Росією. Багато із респондентів називають конфлікт війною, іноді навіть «громадянською».

Барандій М., Шестоперова В., Шутяк Ю. (2017, 6 червня). Журналістика vs міфотворчість: хто і що формує імідж України в Європі. *Mind.ua*. <https://mind.ua/openmind/20172752-zhurnalistika-vs-mifotvorchist-hto-i-shcho-formue-imidzh-ukrayini-v-evropi>

Деякі європейці казали про те, що Крим уже не вважається українським, а у коментарях конфлікту утримуються від тієї чи іншої позиції.

У новинах Україна переважно з'являється у зв'язці із Росією – тому досі нас сприймають у контексті Росії, але як країну, яка намагається вирватись з-під її впливу. Водночас європейці ігнорують нав'язувані російською пропагандою тези про те, що в Україні панують націоналістичні ідеї та майже фашистська ідеологія.

Але найголовніше, що змінилося порівняно з попередніми часами: ніхто в Європі вже не вважає, що Україна – це частина Росії. Навіть громадяни, зовсім не обізнані у міжнародних новинах та, зокрема, новинах про Україну, знають про розпад Радянського Союзу та появу в той час нових держав. Хоча ще 10 років тому українським іміджмейкерам доводилося наголошувати на українській незалежності від Росії.

Утім, незважаючи на це, багато хто досі не бачить великої різниці між українцями та росіянами, вважаючи ці два народи подібними. Одночасно в Європі панує й інша думка: що українці дуже схожі із поляками.

Тож за результатами проведених інтерв'ю ми виділили наступні тези про Україну, що лунали з уст європейців:

1. Українці не дуже відрізняються від росіян/поляків.
2. Україна перебуває у збройному конфлікті/війні з Росією.
3. Помаранчева революція та Євромайдан стали каталізаторами демократичних змін.
4. В Україні високий рівень корупції.
5. Україна має великий аграрний потенціал (була житницею Європи).
6. Росія захопила Крим: незаконно/бо там проживає багато росіян.
7. Україна прагне в Європу: вона є бар'єром між ЕС та Росією/вона є джерелом додаткових проблем для ЄС.

Цей перелік не претендує на повноту, а саме дослідження на узагальнення. Але зміни у сприйнятті європейцями України стають очевидними.

Пропаганда VS об'єктивність

Що каже російська пропаганда?	Що пишуть європейські ЗМІ?
<p>Реформи в Україні провалились, рівень корупції навіть вищий ніж був за часів Януковича</p> <p>Україна не потрібна Європі, її використовують у своїх меркантильних інтересах</p> <p>В Україні, яку захопили праві радикали, панує фашистська ідеологія</p> <p>Україна відповідальна за невиконання Мінських угод</p> <p>Анексія Криму – це вільне вираження права народу на самовизначення</p> <p>Якби Крим та Донбас не вийшли з-під впливу України, їхнє населення стало би жертвою правих радикалів</p> <p>Громадські організації в Україні – це 5-та колонна Заходу</p>	<p>В Україні високий рівень корупції, який заважає здійсненню реформ</p> <p>Україна намагається вийти із сфери російського впливу</p> <p>Україна – країна на роздоріжжі: між Заходом та Сходом</p> <p>Конфлікт в Україні спровокований проросійськими сепаратистами за підтримки Росії</p> <p>В Криму після анексії відбуваються масові порушення прав людини з боку російської влади</p> <p>В Україні – високий рівень злочинності, яка утонула в Європі</p> <p>Креативне молоде покоління та громадянське суспільство – рушійна сила України на її шляху до демократії</p>



Що кажуть про Україну європейці?

<ul style="list-style-type: none">Українці не дуже відрізняються від росіян/поляківУкраїна перебуває у збройному конфлікті/ війні із РосієюПомаранчева революція та Євромайдан стали катализаторами демократичних змінВ Україні високий рівень корупції	<ul style="list-style-type: none">Україна – має великий аграрний потенціал (була житницею Європи)Росія захопила Крим: незаконно/бо там проживає багато росіянУкраїна прагне в Європу: вона є бар'єром між ЄС та Росією/вона є джерелом додаткових проблем для ЄС
--	--

• На основі даних Стратком аналізу європейських ЗМІ, даних Єреванського прес-клубу та особистого та онлайн опитування

Публічні люди в соцмережах

Соціальні мережі є чи не найактивнішим інструментом комунікації України з іноземцями. Через них створюються враження та емоції у тих, хто ніколи в Україні не бував і має з нею мало спільного. Тому поширення власних поглядів із яскравим політичним підтекстом, але суперечливих щодо фактів і правового аналізу, є небезпечним для формування образу України серед європейців. Особливо це має наслідки, якщо такі контрверсійні погляди висловлюють публічні люди із великою кількістю послідовників.

Небезпека полягає в тому, що публічні люди, які займають високі посади, є *opinion makers* – тобто творцями публічної думки. Безвідносно до того, є вплив на думку мас їхньою метою чи ні, публічність посту автоматично робить його

Барандій М., Шестоперова В., Шутяк Ю. (2017, 6 червня). Журналістика vs міфотворчість: хто і що формує імідж України в Європі. *Mind.ua*. <https://mind.ua/openmind/20172752-zhurnalistika-vs-mifotvorchist-hto-i-shcho-formue-imidzh-ukrayini-v-evropi>

таким. Водночас статус соціальних мереж, таких як Facebook, дозволяє висловлювати свою думку без підкріплення її фактами та без етичного регулювання.

У контексті України така ситуація може призвести до негативних наслідків. Серед них – дезінформованість населення та, як результат, суперечливість настроїв і офіційної політики держави. Отже, обережність у підборі слів у постах і коментарях є важливою не просто тому, що ми хочемо, щоб нас любили і поважали, але і тому, що ті європейці, у головах яких ми формуємо образ України своїми висловлюваннями, є електоратом і беруть участь у референдумах у своїх країнах, у тому числі з питань України.

Також варто зважувати ефект від комунікації та наслідки для євроінтеграційного іміджу України. Наприклад, недавні сенсаційні заяви артистів Олега Скрипки чи Івана Дорна, які підхопили ЗМІ, викликали великий резонанс. Артисти також є лідерами думок, а тому мають зважати на те, як вони формулюють свої думки і як це вплине на їхніх послідовників. Адже подібні заяви стають **приводом для маніпуляцій з боку російських ЗМІ**, які не втрачають шансу продемонструвати Європі «українських радикалів».

Бути лідером думок – це відповідальність, яка виникає одночасно з популярністю чи висококваліфікованою експертизою, і від неї позбавитись неможливо. Повернемося до Скрипки: зрозуміло, що він хотів привернути увагу до проблеми дискримінації української мови, але чи не є ціна такого привертання уваги занадто великою для іміджу України? Можливо й ні, можливо, саме таке вилучення і було потрібне, особливо зважаючи на те, що це викликало низку статей і заяв на його захист, а люди, які раніше не зважали на цю проблематику, звернули на неї увагу.

Водночас ми розуміємо, що у всіх цих людей є європейські друзі та знайомі, які роблять свої висновки про рівень толерантності українців, яка є однією з найвищих цінностей в європейському суспільстві; про загальний рівень культури, який визначається в соціальних мережах саме змістом і культурою постів.

Прикладом може слугувати реакція на заборону російських соціальних мереж. Європейська преса досить стримано відреагувала на це рішення української влади, не вдаючись до різких формулювань, як це було у випадку із Туреччиною і заборону президентом Ердоганом соцмережі Twitter. Нагадаємо, тоді на його адресу посипався шквал критики у зв'язку із обмеженням прав і свобод громадян. У випадку України – ситуація інша, на її території збройний конфлікт.

Проте ухвалення цього указу саме зараз поляризувало експертів і активістів всередині країни на тих, хто підтримав заборону, і тих, хто виступив проти неї. Водночас найбільше дісталось саме останнім: на інакомислення агресивно відреагували друзі, знайомі та колеги. Думку людей з протилежною позицією замаркували так: «для вас війни нема», «ви не патріоти», «з вами все

Барандій М., Шестоперова В., Шутяк Ю. (2017, 6 червня). Журналістика vs міфотворчість: хто і що формує імідж України в Європі. *Mind.ua*. <https://mind.ua/openmind/20172752-zhurnalistika-vs-mifotvorchist-hto-i-shcho-formue-imidzh-ukrayini-v-evropi>

зрозуміло» тощо. І ці всі суперечки поширилися в таких глобальних соціальних мережах, як Twitter та Facebook. І проблема тут не стільки в наявності протилежних поглядів, скільки в тому, хто і як ці погляди висловлює.

Відповідно до ефекту «онлайн-юрби» ті, хто критикує допис – це перепона, яка викликає нетерпимість і гнів чи то автора, чи то тих, хто вподобав допис. Захисники допису використовують два контраргументи проти критика: це або відсутність здібностей у нього до розуміння допису, або ж перебування на боці противника. Юрба пристрасно захищає свою позицію, вдаючись до агресивних висловів, а моральні чесноти їй не цікавлять. Захищаючи свою позицію, вона часто ображає опонента. Створюються «етикетки на думки» опонента.

Коли неетична поведінка в соцмережах спостерігається з боку нікому не відомої людини, то на це ніхто не звертає увагу. Коли ж діалог у стилі «сам дурак» ведеться відомими особистостями, то такі історії миттєво підхоплюються послідовниками та ЗМІ і зі швидкістю блискавки розходяться по всьому світу.

Геополітичний контекст

Насправді джерел інформації про Україну є дещо більше, ніж розглянуто в цій статті. Це і діаспора, яка може виконувати функцію лобі в політичних колах. Це і українське громадянське суспільство, яке особливо відзначилося під час обох революцій та продовжує активно діяти зараз. Нарешті, це кожний з нас, хто своїми діями і словами формує імідж нашої країни.

Водночас слід зазначити, що громадська думка про Україну в різних країнах переважно формується через призму національних інтересів тієї чи іншої держави. Так, наприклад, у Німеччині зважають на значне торговельне партнерство із Росією та залежність від російського газу. Італія, яка активно виступає проти антиросійських санкцій в ЄС, також пов'язана із Росією економічно. В Іспанії, де час від часу лунають заклики до відділення Каталонії, проводять паралелі із Кримом, а в Греції, де панують антиєвропейські настрої через заходи заощадження, Україну сприймають як додатковий тягар для бюджету ЄС. Держави Східного блоку, такі як Польща та країни Балтії, які були під радянським режимом, солідарні із Україною із історичних причин.