

# Криза, конфлікт і критична дипломатія: сприйняття ЄС в Україні, Палестині та Ізраїлі (СЗЕУ)



Дата Вересень 2016

## Теми, що становлять особливий інтерес:

Висвітлення ЄС в  
українських ЗМІ

Висвітлення ЄС в  
палестинських ЗМІ

Висвітлення ЄС в  
ізраїльських ЗМІ



**СЗЕУ**<sup>TM</sup>  
JEAN MONNET NETWORK

## Запуск консорціуму СЗЕУ: перший рік роботи нашої міжнародної команди



**Наталія Чабан**  
Керівник СЗЕУ: Університет  
Кентербері, Нова Зеландія

У серпні 2016 року мережа проектів ім. Жана Монне, яка займається питаннями використання методів дипломатії в кризових, конфліктних і критичних ситуаціях і питаннями сприйняття ЄС в Україні, Ізраїлі і Палестині, відзначила успішне завершення першого року досліджень. Перший рік існування консорціуму ознаменований проведенням чотирьох науково-дослідницьких семінарів: у листопаді 2015 року відбулась стартова нарада СЗЕУ у Брюсселі і перший науковий тренінг у Дармштадті. Після успішного експериментального медіа-дослідження в грудні 2015 року і серії вебінарів за участі вчених-початківців та видатних науковців, наша

команда розпочала детальний медіа-аналіз іміджу ЄС як учасника дипломатичної діяльності в конфліктній ситуації. Попередні результати роботи були обговорені під час другого наукового тренінгу у квітні 2016 року у Києві, у якому взяли участь не тільки вчені-початківці, а й старші співробітники. Перший рік роботи було завершено третім науковим практикумом у Вільнюсі, де наша команда ознайомилась із остаточними результатами медіа-аналізу (шість місяців щоденного спостереження за репортажами про ЄС і його інституції в провідних газетах України, Ізраїлю та Палестини) і пройшла підготовку до дослідження точки зору еліти для того, щоб ретельно розглянути думки впливових представників сфери політики, бізнесу, культури, ЗМІ і громадянського суспільства про ЄС. Європейські партнери СЗЕУ пройшли підготовку до проведення інтерв'ю з фахівцями-практиками ЄС, які працюють в Україні, Ізраїлі та Палестині. Результати першого року роботи є наступними: шість публікацій, 17 транскриптів конференцій, обговорення, публічні лекції, семінари в Німеччині та Литві, розробка нових навчальних матеріалів

партнерами СЗЕУ та запуск п'яти нових допоміжних дослідницьких проектів (вони ґрунтуються на тих методах і концепціях СЗЕУ, які партнери використовували незалежно від Мережі, що свідчить про їх життєздатність і значну розповсюдженість). У перший рік роботи команда СЗЕУ також брала участь в обговореннях та інтерв'ю з місцевими впливовими особами, представниками ЗМІ та громадянського суспільства. У даному інформаційному бюлетені пропонуємо до вашої уваги головні результати інформаційної діяльності мережі СЗЕУ.

### Зміст

Україна: висвітлення ЄС як політичної сили	2
Економіка, енергетика та екологія	3
Наука та техніка	3
Висвітлення ЄС в ізраїльських ЗМІ	4
Висвітлення ЄС в палестинських ЗМІ	4

### Партнери СЗЕУ

- Університет Кентербері, Нова Зеландія
- Національний інститут стратегічних досліджень, Україна
- Черкаський національний університет
- Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
- Університет імені Бен-Гуріона
- Університет Вітовта Великого
- Дармштадський технічний університет
- Коледж Роял-Холлоуей, Лондонський університет
- Львівський католицький університет

## Висвітлення ЄС в українських ЗМІ: ЄС як політична сила



**Віктор Велівченко та Світлана Жаботинська**  
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

Наш аналіз іміджу ЄС в українських засобах масової інформації (а саме в таких впливових газетах як «Урядовий кур'єр», «Голос України», «Дзеркало тижня», «Газета по-українськи», «День», «Сьогодні», «Україна молода» і «Коментарі» за період з 1 січня по 30 червня 2016 року) показує, що Україна, глибоко стурбована своїми проблемами і розглядає ЄС крізь їх призму. Це можна пояснити тим, що, по-перше, журналісти надають перевагу вибіркового інформуванню громадян про події в ЄС, висвітлюючи лише теми, які стосуються національних проблем, оскільки багато з них вважають, що такі міжнародні новини є більш цікавими для читача; по-друге, не вистачає кваліфікованих журналістів, які були б добре обізнані зі станом подій у ЄС. За результатами проведеного аналізу було встановлено, що ЗМІ недостатньо висвітлюють події всередині Союзу та приділяють недостатньо уваги його діям на міжнародній арені. Тому складається враження, що діяльність ЄС обмежується лише Україною. Ми також відзначили низку поглядів на стосунки з ЄС, які

зустрічаються у відібраних друкованих ЗМІ. Найбільш проєвропейські репортажі були у газеті «Голос України», в якій представлені погляди та рішення українського уряду, найбільш скептичні – на інформаційному порталі «Коментарі», відомого прорадянською позицією. В ході аналізу було виявлено, що 60% репортажів про ЄС у восьми відібраних газетах стосуються політичних і нормативних тем та питань розвитку. Коли в медіа йдеться про ЄС як про політичну силу, новини про його внутрішню політику стають другорядними, у той час як тема зовнішньої політики, зокрема дій щодо України і Росії, стає центральною. Таким чином, можна виділити найпопулярніші теми: санкції ЄС проти Росії і безвізовий режим для України. Німеччина та керівництво країни були ключовими дійовими особами в українських новинах про ЄС (вони згадувалися частіше, ніж інші країни-члени, його інститути і посадові особи). Велика увага до Німеччини головним чином пояснюється її вагомим внеском у переговори з питань вирішення кризової ситуації на Донбасі.

У наших дослідженнях ЗМІ ми виділили емоційні образи ЄС. Ми розглянули концептуальні метафори для того, щоб визначити імідж ЄС і відновити два наративи, які виникли і поширилися у провідній пресі України. Найчастіше зустрічаються метафоричні образи, які вплинули на формування першої сюжетної моделі, де ЄС виконує роль будівлі, а країни-учасниці

союзу – родини, яка живе у цій будівлі. В даному наративі Україна - людина, яка йде у напрямку будівлі, хоче увійти і стати частиною родини. Важливо відзначити, що Україна зображується як дівчина, яка, відчуваючи відразу до її колишнього чоловіка (Росії), бажає возз'єднатися з європейською сім'єю (частину якої вона була). Росію порівнюють із колишнім партнером, який заважає їй рухатися до Європи і хоче її повернути. Однак, у той час коли Україна нібито прагне увійти у будівлю, ЄС зачинає двері, бо вона не відповідає його стандартам. Під час нашого дослідження, додатково проаналізувавши звіти щодо референдуму про асоціацію між Європейським Союзом і Україною, який був проведений в Нідерландах в 2016 році, ми виявили, що деякі члени «родини» (Нідерланди) вказують Україні, що таке прагнення є недоречним. У другій сюжетній моделі, яка сформувалася в процесі аналізу метафоричної категоризації, Україна постає слабкою і хворобливою людиною, а ЄС і США помічниками і лікарями. Слабка людина (Україна) страждає від лиходія (Росії), при цьому ЄС і США повинні терпляче надавати допомогу. Єдина особа, яка дійсно надає допомогу слабкій Україні – Німеччина. Однак, ЄС, схоже, втомлюється бути помічником / лікарем для України, він не має універсального рецепта допомоги. Крім того Україну іноді порівнюють з істеричкою. Тут у ЄС як у лікаря знайшлися необхідні ліки – заспокійливий засіб у вигляді безвізового режиму.



*«Україна зображується як дівчина, яка, відчуваючи відразу до її колишнього чоловіка (Росії), бажає возз'єднатися з європейською сім'єю»*



Funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

## Висвітлення ЄС в українських ЗМІ: економіка, енергетика, охорона навколишнього середовища



**Анастасія Пшеничник та Олена Морозова**  
 Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

У аналізованих українських друкованих ЗМІ (див. вище список досліджуваних газет у статті Величченко та Жаботинської) Європейський союз представлений як суб'єкт, що діє в межах різних галузей економіки, енергетики та охорони навколишнього середовища. Образ ЄС як політичного суб'єкта, так само, як і образи ЄС-діяча у трьох вищезазначених сферах, сприймалися крізь призму «я» (України). Виходячи з цього, можна пояснити, чому з трьох

галузей ЄС-діяч домінував саме у галузі економіки, у той час, коли його діяльність у сфері охорони навколишнього середовища не відзначалася належним чином засобами масової інформації в Україні. Одне з наших найголовніших відкриттів полягало в тому, що точка зору «я» висловлювалася як в текстовому форматі, так і візуально. Що стосується зорових образів і особливо випадків, у яких використовувалися фотографії; тексти, що містять новини ЄС, часто супроводжувалися фотографіями, на яких було зображено Україну. Це відбувалося навіть тоді, коли в новинному тексті ЄС опинявся в центрі уваги. Зазвичай Європейський союз, якщо і з'являвся на зображенні, у кадрі він був представлений лише символічно. Такий візуальний супровід можна пояснити особливостями журналістських практик в Україні – фінансові імперативи і виняткова зацікавленість в

отриманні прибутку часто позначають те, що використання візуальних засобів місцевого виробництва дозволяє зменшити витрати.

Оцінюючи висвітлення діяльності ЄС у сфері економіки, енергетики та охорони навколишнього середовища (що становить 30% від загальної кількості матеріалів, присвячених ЄС, отриманих за період спостережень), ми також звертали увагу на метафоричні образи ЄС і нарatively, що виникали внаслідок такої образності. Головним для трьох досліджуваних областей образом став образ України, що рухається «вперед» до своєї «мети» – до ЄС. Цей рух не був рівним або швидким. Часто його визначали як рух з численними перешкодами і затримками. Проте у ЗМІ, і це важливо, його називали рухом, якого не може не бути (у напрямку до Європи/ЄС). Згідно з іншими метафорами, що використовувалися рідше,



*"ЄС порівнювався з*

*«великодушним представником*

*влади» / «вчителем», що дає*

*вказівки Україн"*

ЄС називали «сім'єю», що живе у «будинку», а Україна за таких обставин як член цієї родини мала намір увійти в «будинок». Ці образи втворювали образам ЄС-політичного діяча (див. статтю Величченко та Жаботинської). За результатами проведеного аналізу, Україна також порівнювалася зі «стараним студентом», а ЄС – з «великодушним представником влади» / «вчителем», що дає вказівки Україні – «жертві стихійного лиха», в якому ЄС – «рятівник».

## Висвітлення ЄС в українських ЗМІ: ЄС як важливий учасник діяльності в галузі соціальних досліджень / наук, технології та культури



**Yevheniia Hobova**  
 National Academy of Sciences of Ukraine

Наш аналіз образів ЄС у ЗМІ демонструє, що союз часто зображується як зразок високого рівня життя і стилю життя, що викликає захоплення. Проте в нашому дослідженні українських друкованих ЗМІ висвітлення ЄС як важливого учасника діяльності в області соціальних досліджень / наук, технології та культури

виявилася найменшою мірою доступним для огляду (порівняно з проаналізованими європейськими джерелами політичного і економічного характеру) – 22.3% від загальної кількості матеріалів. До того ж у повідомленнях ЗМІ зближення ЄС з Україною було зображено скоріш як пасивне і недостатньо результативне. Зазначалося, що українська сторона прагне до більш активної і творчої співпраці з Європейським союзом та країнами-учасницями у вищезазначених галузях. Також в ЗМІ можна було виокремити декілька соціальних груп, – молодь, приватні підприємці, соціальні активісти і артисти – що готові налагоджувати творче співробітництво з ЄС у цих галузях.

У нашому випадку період

спостережень за висвітленням ЄС у друкованих ЗМІ охоплює час проведення голосування в Сполученому Королівстві з приводу «брекзита». Повідомлення про політичну кризу в ЄС, безперервну нелегальну міграцію та фінансову кризу сприяли створенню образу Європейського союзу як джерела нестабільності і розладу. Проведений аналіз повідомлень ЗМІ, а також інтерв'ю з провідними ньюсмейкерами України довели, що видимість відсутності єдності всередині ЄС є однією з головних перешкод на шляху зближення України з Європейським Союзом. ЄС і його представників вважають великої бюрократичної організації, що викликає побоювання щодо можливої концентрації зусиль ЄС на врегулюванні внутрішніх



*"Відсутність єдності всередині ЄС*

*сприймається як одна з головних*

*перешкод на шляху зближення*

*України з Європейським Союзом"*

криз, що відкладає вирішення проблем в Україні. У зв'язку з цим вважається, що нині деякі країни-учасниці мають тісніший зв'язок з Україною (наприклад, Польща). Для поліпшення взаєморозуміння сторін, майбутній діалог ЄС з Україною варто вибудовувати з урахуванням нинішніх уявлень про кризу і наявні відмінності.



## Висвітлення ЄС у ізраїльських ЗМІ



**Ідо Розенблум** Ben-Gurion  
Негевський університет імені  
Бен-Гуріона

У період з січня по червень 2016 року в межах першого етапу проекту СЗЕУ у нашому центрі здійснювалися спостереження і аналіз змісту двох головних ізраїльських газет: Israel Hayom («Ізраїль сьогодні») і Yediot Ahronot («Останні новини»). Ці два таблоїди, охоплюючи близько 80% ізраїльських читачів, є одними з найвпливовіших у країні. У результаті шестимісячної роботи ми дійшли висновку про п'ять ключових тенденцій у висвітленні діяльності ЄС, його установ, країн-учасниць і лідерів союзу в ізраїльських друкованих ЗМІ.

У впливових ізраїльських газетах ЄС представлений як суб'єкт світового значення, що стосується його діяльності в галузі досліджень / науки / техніки, культури, інститутів громадянського суспільства, а також економіки і торгівлі. Якщо ж говорити про політику, погляди національних друкованих ЗМІ на ЄС досить суперечливі – в деяких проаналізованих повідомленнях національних засобів масової інформації йдеться про недостатню впливовість Європейського союзу на внутрішню і зовнішню політику. 2) Зважаючи на неоднозначний політичний статус, ми виявили, що насправді в більшості повідомлень двох провідних газет Європейський союз фігурував саме як політичний гравець – 75% від загальної кількості матеріалів. 3) Ізраїльські новинні ЗМІ розглядали і оцінювали окремо країни-учасниці ЄС і ЄС як єдиний орган (представлений власними установами та чиновниками). У той час, коли в двох впливових ізраїльських таблоїдах установи ЄС здебільшого були представлені як антиізраїльські і навіть пропалестинські; країн-учасниць часто називали партнерами, що

розділяють спільні з Ізраїлем потреби. 4) Занурившись у тему «спільних потреб», ми визначили, що досліджувані ізраїльські ЗМІ проявляли значний інтерес до ЄС в контексті проблеми нелегальної міграції і терористичних атак в Парижі і Брюсселі. Важливо зазначити, що висвітлення подій в ЄС зазвичай передбачало відкрите вираження ізраїльської точки зору. 5) Нарешті, голосування на референдумі в Сполученому Королівстві в 2016 році з приводу «брекзита» значною мірою вплинуло на характер висвітлення ЄС в ізраїльських ЗМІ. Починаючи з лютого 2016 року можливість «брекзита» стала однією з центральних тем, що висвітлювалися в Ізраїлі у контексті новин Європейського союзу. У травні і червні 2016 року новини про «брекзит» кількісно перевершили усі інші новини ЄС, а Девід Кемерон і Борис Джонсон стали політиками Євросоюзу, що найчастіше фігурували в ізраїльських новинах. За шестимісячний період проведення аналізу повідомлень ЗМІ виявилось, що ці два лідери згадувалися значно частіше за інших діячів ЄС. Варто відзначити, що ізраїльські



*"Ми визначили, що досліджувані ізраїльські ЗМІ проявляли значний інтерес до ЄС в контексті проблеми нелегальної міграції і терористичних атак в Парижі і Брюсселі"*

нюсмейкери за таких умов не дотримувалися чіткої позиції «за» або «проти» виходу Великобританії з ЄС і сприймали цю подію як драму, що розгорталася далеко від них самих.

## Висвітлення ЄС в палестинських ЗМІ



**Маї Дабба**  
Університет імені Бен-Гуріона

На першому етапі проекту СЗЕУ, наш центр вивчив і проаналізував статті «Аль-Кудс», однієї із провідних газет Палестини. Вона може похизуватися найвищим рейтингом серед читачів Західного берегу. Політично вона пов'язана з Організацією визволення Палестини (ОВП). Проаналізувавши рівень висвітлення теми ЄС в цій газеті, ми виділили п'ять особливостей

представлення інформації палестинському читачеві.

1) Найчастіше про ЄС повідомляється як про політичного гравця (59% усіх новин про ЄС). На другому місці опинилась економіка (31% усіх статей). Новини, де ЄС виступає у ролі дійової особи в подіях, пов'язаних із проведенням досліджень, наукою, соціальною політикою, культурою і енергетикою становлять лише 9%. 2) Коли в репортажі йдеться про ЄС як про політичного гравця, його представляють у негативному світлі. В інших випадках ЄС висвітлюється в «Аль-Кудс» позитивно. Таке двозначне висвітлення у ЗМІ відображає громадську думку: з одного боку, повідомляють, що ЄС підтримує і фінансує проекти в Палестині; з

іншого боку, ЄС не вживає ніяких реальних заходів для того, щоб зупинити порушення ізраїльської влади.

Ще один важливий висновок полягає в тому, що, не зважаючи на суперечливість дій, ЄС був визнаний впливовою силою в світі. 3) Внутрішні проблеми ЄС значно привернули до себе увагу ЗМІ: особливо проблема незаконної міграції та пов'язаної з нею імміграції. 4) Референдум щодо членства Великої Британії у Європейському Союзі, який відбувся в червні 2016 року, став основною причиною зростання зацікавленості темою ЄС в «Аль-Кудс». Варто відзначити, що економічний вплив Великобританії (загалом та в ЄС) став однією із найбільш обговорюваних тем. 5) Зрештою, імідж ЄС як



*«Референдум щодо членства Великої Британії у Європейському Союзі, який відбувся в червні 2016 року, став основною причиною зростання зацікавленості темою ЄС в «Аль-Кудс»».*

нормативної сили був висвітлений в «Аль-Кудс» позитивно, однак кількість згадок зменшилася, зокрема після референдуму щодо