

К., 1997. – 101 с. 4. Губарець В. Преса і книга діаспори. З історії видавничої діяльності українського зарубіжжя / Василь Губарець. – К.: Університет «Україна», 2008. – 266 с. 5. Животко А. Історія української преси / Аркадій Животко. – Мюнхен; К.: Наша культура і наука, 1999. – 368 с. 6. Івашина Н. Українознавчі заходи в США / Н. Івашина // Українознавство. – 2011. – № 3 (40). – С. 155–164.

7. Лопух В. «Нова хвиля» еміграції до США: економічно-соціальні аспекти / Василь Лопух // Свобода (США). – 2010. – № 20. 8. Палієнко М. «Український історик»: генеза, тематика, постаті / Марина Палієнко // Український історичний журнал. – 2004. – № 5. С. 141–147. 9. Трощинський В. Українці в світі / В. Трощинський, А. Шевченко. – К.: Видавничий дім «Альтернативи», 1999. – 352 с.

УДК 94(477) 776.23:32.01

Олена Литвиненко

Роль української діаспори в інформаційному контексті Євро-2012

У статті аналізується роль української діаспори під час проведення в Україні та Польщі чемпіонату Європи з футболу 2012 р., а також позиція держави у сфері захисту українських національних інтересів у світовому інформаційному просторі.

Ключові слова: Євро-2012, інформаційний простір, інформаційна політика, національна безпека, національні інтереси України.

The role of Ukrainian Diaspora by the carrying out in Ukraine and Poland of the European Football Championship 2012 as well as the position of the State in the sphere of Defense of the national interests of Ukraine in the World Informative Space are investigated in the article.

Keywords: EURO 2012, Informative Space, Informative Policy, National Security, National Interests of Ukraine.

За сучасних умов розвитку суспільства, коли спостерігається глобальна залежність від інформації, найбільш поширеним інструментом для забезпечення високої результативності зусиль держави в будь-якій сфері є їх інформаційне супроводження, що уможливорює налагодження зв'язків між державою, громадянами та світовою спільнотою. *Актуальність теми статті* пов'язана з тим, що поверхове, фрагментарне уявлення про Україну в світі гальмує процес набуття нашою державою статусу повноправного учасника міждержавних відносин, формує суперечливе сприйняття міжнародною спільнотою об'єктивних процесів, що відбуваються в нашій країні [2, с. 162]. Перебування України внаслідок відкритості та незахищеності її інформаційного простору під впливом різновекторних, не завжди позитивних інформаційних потоків обумовлює необхідність посилення інформаційної складової національної безпеки. У такому випадку важливу роль відіграє участь країни у заходах як регіонального (наприклад, європейського), так і світового характеру. Чим масштабніший вимір має подія, тим більше існує можливостей для країни закріпити свої позиції та досягти мети.

В інтегративному контексті для України особливої ваги набуло проголошення 18 квітня 2007 р. України та Польщі як країн-господарів чемпіонату Європи 2012 року з футболу (Євро-2012). Чемпіонат є однією з найбільш суспільно значущих світових спортивних подій. Саме захід такого рівня дає змогу наочно продемонструвати світові реальний стан справ у державі, забезпечивши можливість безпосереднього ознайомлення іноземних гостей з культурними, духовними, соціально-економічними та іншими здобутками народу. *Об'єктом дослідження* даної статті є інформаційний контекст Євро-2012, а *предметом* – українська діаспора та її роль у поширенні інформації про соціально-політичні події в Україні напередодні Євро-2012.

Інформаційне супроводження підготовки та проведення Євро-2012 в Україні є важливим елементом і впливовим фактором формування позитивного іміджу нашої держави на міжнародній арені. Для інформаційного забезпечення цих завдань необхідним елементом є організація чіткої та зрозумілої комунікації між суб'єктами підготовки до Євро-2012 на центральному, регіональному та міжнародному рівнях, об'єктивна й оперативна інформаційна кампанія формування позитивного іміджу. Результатом такої роботи в майбутньому має бути збільшення туристичних та інвестиційних потоків в Україну. У цьому зв'язку одним із визначальних факторів

є співпраця держави із засобами масової інформації (ЗМІ), оскільки останні належать до найбільш поширених та авторитетних суб'єктів інформаційної діяльності.

Робота зі ЗМІ передбачає заохочення журналістів до організації і здійснення просвітницької роботи щодо проведення міжнародного спортивного заходу, проведення круглих столів, конференцій, семінарів, самітів, брифінгів та прес-конференцій для журналістів [5, с. 148]. Із цією метою було розроблено Концепцію інформаційного забезпечення процесу підготовки та проведення чемпіонату Європи з футболу 2012 року в Україні.

В Україні налічується близько 30 тисяч ЗМІ, але кожен із них має свою специфіку роботи, що ускладнює всебічність висвітлення підготовки до чемпіонату з футболу. Оскільки експерти визначають Євро-2012 як національний проект, спрямований на залучення значних інвестицій, тому питання надання оперативної, об'єктивної, повної і достовірної інформації зацікавленим групам громадськості та представникам медіа про підготовку і проведення міжнародного футбольного чемпіонату Євро-2012; формування у суспільстві уявлення про Євро-2012 як про справу національного престижу, предмет спільної гордості українців; широкого висвітлення процесу підготовки проведення в Україні фінальної частини чемпіонату Європи 2012 року з футболу; забезпечення ефективного обігу інформації між зацікавленими суспільними групами для їх участі в процесі підготовки та проведення Чемпіонату; висвітлення співробітництва України й Польщі у рамках процесу підготовки до чемпіонату; проведення моніторингу громадської думки і матеріалів ЗМІ на тему Євро-2012 є вельми актуальними та значущими.

Урядом країни-партнера України – Польщі було прийнято рішення відкрити на базі Польської агенції преси Інтернет-портал <http://www.2012euro.pap.pl>, на якому користувачі глобальної мережі зможуть стежити за підготовкою та проведенням чемпіонату в Україні та Польщі в режимі он-лайн. На сайті акумулюються думки експертів, аналітичні матеріали, відомості про організаторів, стадіони, квитки, інфраструктуру, безпеку, а також розділ новин, календар, результати матчів й історія футбольної першості. Крім того, фото- й відео-галереї також відображали підготовку до чемпіонату.

Із метою створення єдиного інформаційного осередку з питань Євро-2012 в Україні та на виконання розпорядження Кабінету Міністрів України від 25 червня 2008 р. № 875-р «Про організацію роботи з інформаційного супроводження

підготовки та проведення в Україні фінальної частини чемпіонату Європи 2012 року з футболу» в Українському національному інформаційному агентстві «Укрінформ» у серпні 2008 р. було презентовано Інформаційний центр «Україна-2012», який працював з 2008 року по вересень 2012 року та діяльність якого полягала у висвітленні процесу підготовки, проведення і підбиття підсумків Євро-2012 (випуск новин, інтерв'ю, коментарів; організація та проведення брифінгів, прес-конференцій, круглих столів, телемостів, прес-турів для закордонних журналістів; випуск двомовного ілюстрованого журналу «Україна-2012»; моніторинг українських і закордонних ЗМІ на предмет подання інформації про Україну і з України в контексті Євро-2012; поширення інформації про стан підготовки України за кордоном через дипломатичні представництва; участь у міжнародних виставках та презентаціях тощо).

Проте, як засвідчили час і практика, для донесення об'єктивної інформації до світової спільноти про стан підготовки до спортивної події міжнародного рівня в Україні та Польщі та соціально-політичну ситуацію всередині цих країн зазначених заходів виявилось недостатньо. Зазвичай міжнародні культурно-спортивні події мають позитивний вплив на приймаючі держави, проте низка факторів, як об'єктивних, так і суб'єктивних, у випадку проведення Євро-2012 в Україні та Польщі могли порушити цю тенденцію. Так, майже відразу після оголошення 2007 р. країн-господарів європейського футбольного чемпіонату в 2012 р., низка західноєвропейських країн почали потужні інформаційні операції проти України.

Як зазначає М. Галамба, інформаційні операції – це сплановані дії, спрямовані на ворожу, дружню або нейтральну аудиторію шляхом впливу на її свідомість і поведінку за допомогою використання певним чином організованої інформації та інформаційних технологій для досягнення певної мети [1]. ЗМІ є важливим інструментом під час проведення таких інформаційних операцій, адже серед населення ці суб'єкти інформаційної діяльності мають найбільшу популярність та авторитет.

У зв'язку з невдалою спробою Італії приймати Євро-2012 (саме Італія програла Україні та Польщі в останньому відбірковому турі), преса неодноразово тиражувала розчарування італійської сторони. Україна часто згадувалась у зв'язку зі скандалами, пов'язаними з обвинуванням у корупції членів УЄФА та Федерації футболу України, суперечками між представниками влади. Крім того, зміна влади в Україні 2010 р. спричинила появу не лише матеріалів, що стосувалися організаційних моментів підготовки до Євро-2012, але й мали політичний підтекст.

Велика кількість критичних інформаційних повідомлень в іноземних мас-медіа з'явилися на початку 2011 р. Так, німецькі телевізійні канали поширили інформацію про вбивство 250 тисяч бездомних собак та кішок, яких палили в Лисичанському крематорії. При цьому конкретні пояснення з цього приводу були відсутні. На голландському центральному телеканалі було поширено рекламу під назвою «Стримай його вдома» із закликом до місцевих жінок умовити чоловіків не їхати в Україну на Євро-2012 через те, що жінки в цій країні дуже вродливі та легковажні. Найбільшого розголосу набули повідомлення Сола Кемпбела на британському телеканалі «ВВС» про расистські настрої в Україні, хоча при порівнянні статистичних даних про кількість расистських випадків, Великобританія значно випереджає Україну. Уся ця інформація була спрямована на створення дисбалансу

в інформаційній сфері на користь негативних матеріалів зі свідомим замовчуванням позитиву.

Ми схилиємося до того, що негативні повідомлення закордонних мас-медіа про Україну напередодні чемпіонату мали замовний характер і були вигідними декільком країнам. Так, серед них може бути Росія, яка навіть після розвалу СРСР прагне зберегти контроль над пострадянськими країнами та об'єднати їх у новому союзі. У такому випадку, підвищення авторитету на міжнародній арені цих держав, серед яких чи не найважливіше місце займає Україна, сприятиме зменшенню сили російського впливу на цих територіях. Крім того, експерти в інформаційній сфері вважають, що антиукраїнська інформаційна кампанія могла бути вигідною Великобританії, яка з невеликою часовою розбіжністю з європейським футбольним чемпіонатом також мала приймати спортивну подію міжнародного рівня – XXX Літні Олімпійські ігри. У зв'язку з цим туристи обирали між поїздкою до Об'єднаного Королівства чи України та Польщі. Не останню роль відіграла і політично нестабільна ситуація в нашій країні.

Інформаційна кампанія іноземних мас-медіа засвідчила очевидний факт нездатності держави забезпечити ефективну інформаційну безпеку на міжнародній арені. Причин декілька – економічні, політичні, але основною є неправильне розставляння пріоритетів представниками влади, які вважають інформаційну складову другорядним чинником успішності будь-яких заходів. Не було враховано той факт, що Україна має одну з найбільших у світі діаспор, яка могла відіграти важливу роль в інформаційному супроводженні Євро-2012 та поширенні об'єктивних повідомлень за кордоном.

Українство за останні півтора століття пережило чотири хвилі еміграції зі своїх автохтонних земель, що було зумовлено поєднанням як соціально-економічних, так і політичних чинників. Більшість тих українців, хто емігрував за кордон, доклали багато зусиль, щоб не втратити мовно-культурний зв'язок із Україною. В умовах бездержавності й тоталітарного гніту саме українська діаспора стала одним із ключових чинників збереження української мови, традицій, історичної самосвідомості. Представники діаспори намагаються передати українську ідентичність своїм нащадкам. Тому українське суспільство спільно з діаспорою можуть зробити більш ефективними заходи з популяризації України у світі.

Сьогодні склалася така ситуація, коли Українська держава не використовує всього потенціалу своєї діаспори, не приділяючи достовірно уваги її розвитку; припинилися програми підтримки закордонного українства і надання державних стипендій для іноземних студентів українського походження. Наслідками таких процесів з глобальної точки зору, є асиміляція українців іншими націями, відсутність співпраці між новою та старою діаспорами, а з локальної – відсутність злагоджених дій з інформування світової спільноти про Україну під час підготовки та проведення Євро-2012.

Навіть нескориговані єдиним центром інформаційні заходи закордонних українців мали великий вплив на результат європейського футбольного чемпіонату як засобу покращення іміджу України у світі. Випуск ВВС про прояви расизму в Україні був жорстко засуджений українською діаспорою у Великобританії, хоча до цього часу, незважаючи на потужні інформаційні операції, вона не проявляла особливої активності. Українські організації в Лондоні виступили з петицією, у якій засуджували будь-які прояви расизму, але тим не менше вимагали справедливості та збалансованого розкриття цього питання. Хоча коментарі та звернення діаспори були поширеними деякими британськими ЗМІ як

інший погляд на проблему, але сенсаційність та гіперболізація повідомлень, що вже тривалий час використовувалися мас-медіа різних країн, мали більший інформаційний вплив на населення та стали основоположним фактором для багатьох уболівальників під час прийняття рішення щодо поїздки в Україну.

Ще однією важливою подією в інформаційному плані стало проведення напередодні чемпіонату семінару-практикуму «Формування позитивного іміджу України через можливості української діаспори в рамках чемпіонату з футболу "Євро-2012"», ключовою подією якого став Перший чемпіонат світу з футболу серед команд української діаспори за участю представників спортивних громад з Естонії, Канади, Придністров'я і Чехії, який проходив 31 травня – 3 червня 2012 року в Тернополі. Тематика інформаційних повідомлень, які поширювалися у країнах-учасниках змагань, носила не лише спортивний характер. Були презентовані основоположні фактори національної гордості українського народу – краса природи, багатство культурних звичаїв і традицій, гостинність і щедрість людей.

Співпраця держави та закордонного українства виявилася у проведенні за спільною ініціативою Міністерства закордонних справ та Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України вікторин, конкурсів, футбольних турнірів, присвячених Євро-2012, за участю представників української громади, зокрема, для дітей, які навчаються за програмами Міжнародної української школи.

Як уже зазначалося, висвітлення підготовки та проведення європейського чемпіонату з футболу в Україні мало не тільки і не стільки спортивний підтекст, скільки політичний.

Закордонні українці зазвичай мають високий рівень почуття патріотизму до своєї рідної країни, тому досить різко реагують на різні прояви антиукраїнських настроїв. У зв'язку з цим іноземними мас-медіа було широко розповсюджено повідомлення про акцію української діаспори в контексті Євро-2012 у Варшаві проти чинної влади в Україні. Хоча цей захід мав винятково політичний характер, проте, зважаючи на масштаби футбольного чемпіонату як події міжнародного рівня, він набув широкого поширення у ЗМІ європейських країн.

Аналізуючи Євро-2012 вже як подію, що відбулася, можна стверджувати, що ефект занижених результатів, причиною якого стали негативні публікації у світових ЗМІ, був повністю анульований. І не останню роль у цьому відіграла українська діаспора. Хоча внесок її міг бути набагато більшим у випадку активної підтримки з боку держави. Так, станом на 31 серпня 2012 р. у провідних закордонних мас-медіа вийшло понад 60 інформаційних матеріалів, що позитивно висвітлювали проведення Євро-2012. Основними причинами зміни поглядів іноземців на Україну стали притаманні українцям національні риси – гостинність, толерантність і доброзичливість, а також краса і багатство української природи.

Чемпіонат дав можливість не лише іноземним громадянам на власні очі пересвідчитись у самодостатності нашої

держави, але й допоміг також утвердженню національної ідентичності самих українців. Формальним прикладом цього є прапорці на машинах, які можна було побачити не лише в Україні, але й за її межами (наприклад, у Португалії, де знаходиться дуже потужна українська діаспора). На думку політичного експерта В. Фесенка, це дуже важливо, як і крок до розвитку єдності країни, національної самосвідомості, утвердження простими українцями своєї єдності з рідною країною [4]. Лише забезпечивши безпеку, у тому числі й інформаційну, всередині країни, можна говорити про проведення активних заходів на міжнародному рівні.

Отже, в інформаційному середовищі за умов функціонування глобальної комунікаційної інфраструктури зовнішня політика держави набуває великого значення і багатогранно впливає на характер і засоби реалізації національних інтересів та процеси формування громадської думки [3, с. 4]. Викривлення інформації безпосередньо впливає на імідж країни серед міжнародної спільноти та спричиняє дестабілізацію її економіки, погіршення й уповільнення розвитку культурної, соціальної та інших сфер життєдіяльності суспільства.

Проведення в Україні та Польщі чемпіонату Європи з футболу 2012 р. стало шансом для нашої країни зміцнити свої позиції на міжнародній арені. Проте держава виявилася неспроможною на необхідному рівні захистити національні інтереси в світовому інформаційному просторі, попередити та усунути необ'єктивність інформаційних повідомлень напередодні футбольного чемпіонату. Українська діаспора як один із важливих суб'єктів, які представляють Україну серед світової спільноти, не отримала підтримки держави з метою об'єктивного інформування іноземців про ситуацію в Україні напередодні Євро-2012. Інформаційні заходи, що були проведені зусиллями закордонних українців, виявилися недостатніми для позитивного позиціонування України у світі в контексті футбольного чемпіонату.

Схвальні відгуки у закордонних ЗМІ вже після проведення турніру додали плюсів до міжнародної репутації України. Але збитків завдано, адже люди повірили в інформацію, яку подавали авторитетні ЗМІ їхніх країн, і не відвідали дане спортивне змагання. Для України це, перш за все, стало доволі суттєвим через зменшення фінансових надходжень та прибутковості Євро-2012.

1. *Галамба М.* Сутність, види та методи спеціальних інформаційних операцій / М. Галамба // Юридичний журнал. – 2007. – № 1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://justinian.com.ua/article.php?id=2524>. 2. *Зернецька О. В.* Зовнішня політика України в аналітиці вітчизняних і зарубіжних медіа / О. В. Зернецька // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2002. – Вип. 36. – Ч. 1. – С. 157–162. 3. *Почепцов Г. Г.* Паблік-релейшнз – средство социальной коммуникации. История и практика / Г. Г. Почепцов. – К.: Дакор, 2002. – 384 с. 4. *Фесенко В.* Євро-2012 утвердив нашу національну свідомість / В. Фесенко // Інформаційний центр «Україна-2012». – 02 липня 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukraine2012.gov.ua/news/181/55042/>. 5. *Яковлев И. П.* Паблік релейшнз в организациях / И. П. Яковлев. – СПб.: ТОО «Петрополис», 1995. – 256 с.