

ІМІДЖ УКРАЇНИ В ЄВРОПІ



Марта Барандій,
Вікторія Шестоперова
Юлія Шутяк

promoteukraine.org

Ключове питання: імідж



Проблема формування іміджу країни стала в наш час такою важливою, що багато науковців вже не одне десятиліття присвячують цьому питанню свої наукові праці, а уряди розробляють і втілюють програми по формуванню позитивного іміджу своїх країн. І це не дивно. Відомо, що імідж країни впливає на надходження інвестицій, кількість іноземних туристів, відношення до громадян цієї країни та продукції і товарів, а також на зовнішню політику інших держав по відношенню до неї. І це не завжди відповідає тому, що дана країна може насправді запропонувати світові.

Помилково вважати, що імідж формується сам по собі. Звісно, що є випадковості, але досить часто на формування іміджу свідомо чи несвідомо впливають окремі політичні сили, організації та навіть окремі люди. Більш того, в сучасному інформаційному світі інструменти комунікації дозволяють використовувати високоефективні методи як для побудови позитивного іміджу, так і для дискредитації окремої країни.

Революція Гідності, а ще більше події на Донбасі і в Криму змусили заговорити про Україну ЗМІ більшості країн світу. Однак згодом новин в іноземних ЗМІ про нашу країну стало набагато менше. Увага перемістилася на Близький Схід, безпеку у 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.

Цікаво в такій ситуації проаналізувати, в якому світлі відображається Україна в різних джерелах інформації і який вплив це має на формування її іміджу в свідомості пересічного європейця.

Джерела інформації про Україну



За словами Єжи Онуха (див. активне посилання) "нинішній образ України базується на західному наративі, на тому, як дивляться на її проблему Європа й Америка. Часто цей наратив іще й накинута Росією". Ключова роль в цьому належить журналістам. Інформація про Україну в Європі поширюється через іноземних журналістів через 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, як сприймають Україну споживачі цієї інформації – громадяни іноземних держав.

Іноземні журналісти в основному висвітлюють резонансні події . Катастрофи, дипломатичні скандали, конфлікти, грубі порушення спільних цінностей (див активне посилання). Але також іноземну пресу цікавлять і позитивні новини про перемоги, досягнення, відкриття.... В таких випадках джерелом інформації про події в Україні є інші ЗМІ, перевірені повідомлення від організацій, експертів та інших осіб або власна присутність на місці подій. І саме з посиланнями на інші ЗМІ, особливо іншомовні, починаються проблеми. Здавалося, найлогічніше, коли би іноземні журналісти посилалися на українські ЗМІ, але, на жаль, на практиці все інакше.

Звісно - найкращий матеріал це той, що зроблений “власноруч”. Проте в українських ЗМІ іноземні журналісти часто не можуть віднайти для себе тої родзинки, яка би привабила увагу їх головних редакторів і дозволила оформити їм відрядження в Україну.

Втім серед українських іномовних ЗМІ, які 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 (про це нижче).

Водночас, відповідно до аналітики моніторингового проекту ОКО, у 2016 році найбільше про Україну писали авторитетні західні англomовні ЗМІ (див. активне посилання). При цьому, як відмічають автори дослідження, матеріал авторитетних світових ЗМІ має більше поширення та покриття, ніж матеріали місцевих ЗМІ.

Пропаганда VS об'єктивність

Що каже російська пропаганда?

Реформи в Україні провалились, рівень корупції навіть вищий ніж був за часів Януковича

Україна не потрібна Європі, її використовують у своїх меркантильних інтересах

В Україні, яку захопили праві радикали, панує фашистська ідеологія

Україна відповідальна за невиконання Мінських угод

Анексія Криму – це вільне вираження права народу на самовизначення

Якби Крим та Донбас не вийшли з-під впливу України, їхнє населення стало би жертвою правих радикалів

Громадські організації в Україні – це 5-та колонна Заходу



Що пишуть європейські ЗМІ?

В Україні високий рівень корупції, який заважає здійсненню реформ

Україна намагається вийти із сфери російського впливу

Україна – країна на роздоріжжі: між Заходом та Сходом

Конфлікт в Україні спровокований проросійськими сепаратистами за підтримки Росії

В Криму після анексії відбуваються масові порушення прав людини з боку російської влади

В Україні – високий рівень злочинності, яка у тому числі діє в Європі

Креативне молоде покоління та громадянське суспільство – рушійна сила України на її шляху до демократії

Що кажуть про Україну європейці?

- Українці не дуже відрізняються від росіян/поляків
- Україна перебуває у збройному конфлікті/ війні із Росією
- Помаранчева революція та Євромайдан стали каталізаторами демократичних змін
- В Україні високий рівень корупції

- Україна – має великий аграрний потенціал (була житницею Європи)
- Росія захопила Крим: незаконно/бо там проживає багато росіян
- Україна прагне в Європу: вона є бар'єром між ЕС та Росією/вона є джерелом додаткових проблем для ЕС

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

Обережно - фейк!



Крім націоналізму і ксенофобії фінансовані Кремлем ЗМІ поширюють фейкові новини. Джерело дезінформації можна виявити через такі інструменти, які пропонують, напр. Стопфейк в Україні та **DisinfoReview** в Європі, Останній є продуктом **Eaststratcom** – оперативної групи Європейської служби зовнішніх справ з питань подолання дезінформації. В кінці 2015 року Єврокомісія створила таку оперативну групу по боротьбі з пропагандою як відповідь на початок інформаційної війни зі сторони Кремля. Її завдання – виявити новини із фейковою інформацією в країнах Європи, знайти джерело цієї інформації, знайти справжню інформацію і її джерело та розповсюдити серед усіх зацікавлених осіб.

Відповідно до оглядів фейкових новин від вищезгаданих інструментів джерелами дезінформації є тролі, проплачені ЗМІ, організації і союзники Кремля в Європі. Пропаганда є часто завуальована, а її завданням є апелювати до почуттів і страхів людей, які до неї схильні, тих самих почуттів, що наприклад викликають ксенофобію, расизм чи антисемітизм. Вона може поширюватися не лише через ЗМІ країни, яка її започатковує, але і з вуст в уста, особливо через статусних і публічних людей.

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 демократичного західного світу. Для досягнення цих цілей використовують різноманітний арсенал засобів дезінформації: від відвертої брехні до перекручування фактів, напівправди, перебільшення та маніпуляцій із фактами. В 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 владою виглядає стабільною та комфортною для проживання росіян.

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 “ультра-націоналістичного” режиму, який прийшов до влади у 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 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 5-та колонна Заходу.

Україна, яка відмовилась від російського світосприйняття та прагне доєднатися до західних цінностей – апріорі не може бути успішною в очах російської пропагандистської машини. Україна – із розвиненою економікою, високим рівнем життя та демократичним устроєм – одне із найстрашніших примар російської влади. Адже тоді і росіяни замисляться: а чи такий поганий Захід та його цінності?

У скрутах і злиднях, спровокованих Революціями, "ініційованих і проплачених морально зруйнованим Заходом", який хоче "використати її у своїх меркантильних інтересах". Такою, за задумом, має бачити Україну пересічний росіянин.

"Україна – держава-лузер" - так у трьох словах можна описати головну тезу, навколо якої крутиться інформаційний простір Росії у питаннях України. Майже кожного дня з екранів російського телебачення та у газетних заголовках лунають посили, які так, чи інакше підтверджують цю тезу. 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 України у західній пресі, це те, що нашу країну досі сприймають у контексті Росії. Більшість журналістів все ще дивляться на Україну, як на пострадянську країну, хоча у нас таке формулювання вже залишилось тільки в підручниках старого видання.

Переважна більшість європейської преси активно писала про конфлікт із Росією, особливо, 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". Втім, переважна більшість європейських видань стають на користь Україні в конфлікті, наголошуючи на незаконності дій російської влади.

Досить часто видання звертаються до кримської тематики та порушень прав людини на півострові, зокрема це стосується кримських татар. Але переважно ньюзмейкерами з цього приводу стають міжнародні організації як-то **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 (як-то 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 (наприклад кримінальна справа проти Насірова). Тут, європейські журналісти достатньо часто критикують українську владу за відсутність реформ та високий рівень корупції, яка висить ярликом на іміджі нашої держави. Навіть організацію Євробачення деякі видання висвітлювали крізь призму корупції!

У питанні європейських прагнень України медіа переважно обирають нейтральну тональність, не вдаючись до крайностей – 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 не написали про загрозу мігрантів із України, тож вона не сприймається, як їхнє джерело.

Іншим приводом стають пригоди українців у Європі, наприклад, коли в Антверпенському порту були заблоковані 16 українських водіїв, що працювали на бельгійську компанію нелегально, або українські перевізники нелегальних мігрантів в Європу – новини про них регулярно з'являються у ЗМІ Італії, що зумовлене географією цієї країни. Більшість подібного роду публікацій надають радше негативний, аніж позитивний контекст про Україну. 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.
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. В Криму після анексії відбуваються масові порушення прав людини з боку російської влади.
6. В Україні – високий рівень злочинності, яка у тому числі діє в Європі.
7. Креативне молоде покоління та громадянське суспільство – рушійна сила України на її шляху до демократії.

Україна очима пересічних європейців



Важливим джерелом формування іміджу є іноземці (тут йдеться вже не лише про журналістів), які побували в Україні. Ті, хто пам'ятають Україну з радянських часів або ж у важкі 90-ті, навряд чи сприяють формуванню позитивного іміджу нашої країни. Водночас ті, хто відвідали Україну протягом останнього десятиліття досить часто мають позитивний досвід. Незважаючи на очевидні проблеми, які є в Україні, іноземці залишаються під позитивним враженням від української гостинності, кухні та людей.

Promote Ukraine спробувала з'ясувати думку європейців щодо України і чи ця думка співпадає з тими тезами, які несуть західноєвропейські та російські ЗМІ. Ми поспілкувались із європейцями із різних країн Європи, як у приватних контактах, так і опитуючи людей на вулицях великих європейських міст. На додаток, ми провели **Facebook** опитування у 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 в ЗМІ та для формулювання напрямів подальших досліджень.

Всупереч розповсюдженій серед самих українців думці про те, що нас знають за вишиванками, борщем та гарними жінкам – ніхто з опитаних європейців не пригадав цих національних особливостей України. Натомість, знають про українські родючі землі, що Україна була "житницею Європи" за радянських часів та економічне співробітництво. Деякі іноземці також відзначають високий рівень освіти наших 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 в 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 Оранжевої революції та Євромайдану, адже про це "казали в усіх новинах". У зв'язку з цим подекуди пригадують Ющенко та Тимошенко, але в цілому мало знають про інших українських політиків, більшість не знає ім'я нинішнього президента. Водночас, стабільно лунає теза про українську корупцію та Чорнобиль.

Майже усі знають про анексію Криму та конфлікт із Росією. Багато із респондентів називає конфлікт війною, іноді навіть «громадянською». Деякі європейці казали про те, що Крим вже не вважається українським, а у коментарях конфлікту утримуються від тієї чи іншої позиції. Через те, що новини про конфлікт в Україні перейшли до розряду другорядних, деякі європейці навіть вважають, що конфлікт перейшов у заморожену стадію. Тільки люди із колишніх країн СРСР продовжують слідкувати за подіями і підтримують Україну у її шляху до Європи, що зрозуміло, бо «вони також пройшли той шлях».

Через те, що новини про конфлікт в Україні перейшли до розряду другорядних, деякі європейці навіть вважають, що він перейшов у заморожену стадію. Тільки люди із колишніх країн СРСР продовжують слідкувати за подіями і підтримують Україну у її шляху до Європи, що зрозуміло, бо "вони також пройшли той шлях".

Через конфлікт у новинах Україна переважно з'являється у зв'язці із Росією – тому досі нас сприймають у контексті "сусіда", але як країну, яка намагається вирватись з-під її впливу. Водночас європейці ігнорують нав'язуванні російською пропагандою тези про те, що в Україні панують націоналістичні ідеї та майже фашистська ідеологія – ніхто навіть не згадав про такі асоціації.

Але найголовніше, що змінилося по відношенню до попередніх часів: в Європі вже не вважають, 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 у той час нових держав як Україна – новина століття, яка твердо укорінилася у розумах європейців. Хоча ще 10 років тому українським іміджмейкерам доводилось наголошувати на українській незалежності від Росії.

Втім, незважаючи на це, багато хто досі не бачить великої різниці між українцями та росіянами, вважаючи ці два народи подібними. Одночасно, панує в Європі 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 із 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.

Як вже вище відмічалось, цей перелік не претендує на повноту, а саме дослідження на узагальнення. Але зміни у сприйнятті європейцями України стають очевидними.

Публічні люди в соцмережах



Повертаючись до інтерв'ю з Єжи Онухом, важко не погодитися з цим митцем в тому, що велику роль у формуванні іміджу відіграють окремі люди. Хоч в цьому випадку він має на увазі вплив окремих митців, те саме можна говорити і про людей інших професій або просто пересічних громадян. Яскравим прикладом є брати Клички, Андрій Шевченко, Руслана, Джамала та навіть менш відомі особистості, які водночас є публічними

Соціальні мережі є чи не найактивнішим інструментом комунікації про Україну іноземцям. Через них створюються враження та емоції і у тих, хто ніколи в Україні не бував і мало з нею має 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 контроверсійні погляди висловлюють публічні люди із великою кількістю послідовників.

Небезпека полягає у тому, що публічні люди, які займають високі посади, як-то політики чи директори великих корпорацій, є **opinion makers** – тобто, творцями публічної думки. Безвідносно до того, чи є вплив на думку мас їхньою метою чи ні, публічність посту автоматично робить його таким. Водночас статус соціальних мереж, таких як Facebook, дозволяє висловлювати свою думку без підкріплення її фактами та без етичного регулювання.

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

У своїй праці "Основи геополітики" натхненник "Русского мира" Олександр Дугін писав про необхідність створення геополітичного безладу, якому служитиме дестабілізація, дезінформація і розпалювання етнічних та расових конфліктів.

Слід зважити на те, що усі сучасні європейські лідери ультра націоналістичних рухів реалізують (див. активне посилання) цю стратегію, закладену Дугіним ще у 1997 році, і часто на російські кошти. При цьому ці політичні сили користуються для розповсюдження своїх ідей тими самими інструментами, що й інші - в першу чергу соціальними мережами.

Тому при поширенні інформації серед широких мас впливовим людям, ЗМІ та й пересічним громадянам варто звертати увагу на джерело цієї інформації (напр., російські блогери, ЗМІ, авторитети і т.п. можуть бути справжнім джерелом негативної комунікації).

Також, варто зважувати ефект від комунікації і наслідки для євроінтеграційного іміджу України. Наприклад, недавні сенсаційні заяви артистів Скрипки (див. активне посилання) чи 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 (див. посилання), які не втрачають шансу показати "українських радикалів" Європі.

Бути лідером думок – це відповідальність, яка виникає одночасно з популярністю чи висококваліфікованою експертизою, і від неї позбавитись неможливо. Вернемося 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 і ні, можливо саме такого виловлювання і треба, 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. В будь-якому випадку, до заяв з елементом образ треба підходити обережно. Також народні депутати та експерти на своїх сторінках в соціальних мережах обзивають людей, які в коментарях висловлюють опозиційну думку, «ідіотами» і ще гірше.

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 служити реакція на заборону російських соціальних мереж. Європейська преса досить стримано відреагувала на рішення української влади про заборону соцмереж, не вдаючись до різких формулювань як-то було у випадку із Туреччиною і заборонаю 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 і колеги. Думку людей з протилежною позицією замаркували так: "для вас війни нема", "ви не патріоти", "з вами все зрозуміло" тощо. І ці всі суперечки поширилися в глобальних соціальних мережах, як Твіттер та Фейсбук. І проблема тут не стільки в наявності протилежних поглядів, скільки в тому, хто і як ці погляди висловлює.

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

Коли неетична поведінка в соцмережах спостерігається зі сторони нікому невідомої 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



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