УДК 327.5

РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКА ІНФОРМАЦІЙНА ВІЙНА

Геник Р.В.
Київський національний університет культури і мистецтв

У даній статті досліджується російсько-українська інформаційна війна як технологія, що відкриває нові можливості для політичної боротьби. Аналізуються основні образи України та Росії в іноземних ЗМІ, виявлено риси пропаганди та дезінформації в російсько-українській війні; досліджено протистояння України інформаційній війні.
Ключові слова: інформаційна війна, пропаганда, політичне протиборство, російсько-українська війна.

Постановка проблеми. Інформаційна війна – це одна із наймогутніших форм ослаблення країни та її громадян, а в деяких випадках і її цілковите знищення. Конфлікт між Україною та Росією починає набирати обертів під час Євромайдану та Революції Гідності у 2013 році. Тоді вираз «інформаційна війна» став звичним для мільйонів українців, а фейкові новини російських ЗМІ з часом перестали обурювати. Люди звикли, що, дивлячись російські сюжети, вони бачать цілком протилежну картину, ніж є насправді. Прикладом пропагандистських атак з боку Росії є нав'язування ідеї федералізації України, надання російській мові статусу другої державної, проблеми Чорноморського флоту, проблематика паливно-енергетичного комплексу, сприйняття Криму і кримських татар, негативного образу «бандерівців» через надуману асоціацію з явищем фашизму тощо.

Актуальність дослідження. Питання інформаційної війни наразі є актуальним не лише для України, а й для всього світу. З появою інтернету, соціальних мереж та гаджетів відбулася глобалізація суспільства, інформація розповсюджується за секунди з однієї частини планети до іншої. Інформація стала ще більш небезпечною зброєю, а шляхи її розповсюдження збільшуються з кожною хвилиною.

Мета статті – проаналізувати російсько-українську інформаційну війну, а також основні образи України та Росії в іноземних ЗМІ.

© Геник Р.В., 2017

Останні дослідження і публікації. Проблемою інформаційних війн займалися видатні українські дослідники: Г. Почепцов, Г. Карпенко, В. Ліпкан, В. Остроухов, Я. Короход та інші. Наприклад, Г. Карпенко, досліджуючи інформаційний простір України, показує інформаційну пропаганду Росії, яка використовує в своїх цілях наші ЗМІ для поширення своїх неоімперіалістичних ідей, подає форми російської експансії в інформаційному просторі України.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Україна програла в російсько-українській інформаційній війні. Це зумовлено тим фактором, що в Росії високий рівень пропаганди, а майже всі ЗМІ підпорядковуються державі. Як наслідок, по-перше, ми можемо спостерігати високий рейтинг Путіна, якого за офіційними даними підтримує величезна кількість населення, по-друге, голова держави через ЗМІ нав'язує лише те, що у його власних інтересах. Особливо це спостерігається у випусках новин.

Наприклад, одна компанія набирає більше 10 000 рейтингів (GRP) у місяць, і охоплює близько 95% всієї аудиторії. Виходячи з цього, частота звучання повідомлень «Путін молодець», «На Україні – фашисти і бандерівці», «Новоросія», «Руський мир» та подібні їм за тиждень встановлюють біля 25 контактів [4].

Дослідники П. Помаранцев та Е. Лукас вважають, що Росія не використовує традиційну форму пропаганди, мета якої закликати до дії, а, навпаки, хоче їх відволікти від реальних проблем у середині держави, створити образ росіян як «рятівників», аби вони пишалися собою і були пасивними [5]. Розповсюдження дезінформації відбувається як відкрито, наприклад, через Russia Today, і приховано, шляхом залучення умовно не причетних до Кремля експертів, блогерів, журналістів, інтернет-тролів. Їхня головна функція полягає у тому, аби дискредитувати будь-яку критику на адресу правлячого режиму Росії, а будь-яку конструктивну дискусію перетворюють у перехід на особистості.

В Україні Stopfake.org (сайт, що займається розвінчуванням неправдивих новин, які поширює російська сторона) виділили два основних сюжети, які використовує російська пропаганда.

Перший – це представлення Євромайдану та Революції Гідності як незаконного державного перевороту, який вигнав легітимних правителів держави з України. До того ж, всі протести проплачені західними країнами, а особливо – Сполученими Штатами Америки, які таким чином підбираються ближче до Росії.

Другим – визначення теперішнього правлячого режиму «фашистським» та «анти-російським». Вони розповідають про те, як обмежуються права людей зі сходу, забороняється російська мова. Таким чином, вони дестабілізують ситуацію в країні, а також вводять в оману Захід. Їхньою головною метою, на думку авторів, є переконання світу та українців, що Україна не може сформуватися самостійно, і їй потрібна підтримка найближчого сусіда. Росія прагне зробити все можливе, аби Київ не став більш незалежним.

Щодо очікувань з боку аудиторії, дезінформуючи і нав'язуючи думку про те, що в Україні антиросійський переворот та фашизм, Кремль має на меті сформувати внутрішню підтримку Росії, а також закликати до дії радикалів зі східних регіонів, тим самим збільшити кількість ополченців. До однієї з найважливіших цілей Росії автори відносять бажання дискредитувати Україну в очах ЄС і НАТО.

Заради емоційно-привабливої, розважальної та якісної пропаганди, Росія використовує широкий арсенал інструментів: сфабриковані відео, фото та аудіо-матеріали, найняті актори, які виступають «свідками» або «жертвами» бандерівців; підкріплюючи це у всіх форматах медіа: від друкованих ЗМІ до онлайн-видань та кінематографу. Все це заради того, аби створити антиєвропейський настрій у суспільстві, пов'язати підтримку демократичного руху в Україні з підтримкою фашизму, зробити слово «націоналізм» синонімом «нацизму».

У своїй публікації «Стратегія перемоги України у війні з Росією» філософ С. Дацюк написав: «Суть інформаційної війни – ідентоцид, тобто знищення національної-державної-громадянської ідентичності країни-суперника до такого стану, коли про нього можна сказати одне – нелюдь і ворог. Суть ідентоциду – переконання більшості народу своєї країни, а в ідеалі і частини народу супротивника в злих намірах супротивника щодо своїх». Аналізуючи ключові повідомлення російський ЗМІ, можна погодитись, що вони мають на меті знищення національної ідентичності українців у цілому.

Для порівняння, за цей же період часу влада РФ відправила до Google 13 тис. 209 запитів про видалення контенту [6]. Google нещодавно сповістив, що російська влада направила більше запитів, ніж всі інші країни разом узяті.

Україна в останні роки стала частіше з'являтися на шпальтах іноземних ЗМІ: спочатку через Євро-2012, потім через Євромайдан, війну на Донбасі, перемогу Джамали на Євробаченні, проведення Євробачення тощо.

Контент-аналіз статей про Україну в провідних іноземних ЗМІ дає можливість визначити теми, які створюють імідж України у зовнішньому просторі, проте, на жаль, вони виявились переважно негативного змісту. Кількість негативних публікацій виросла на 20% за 2012 рік. Це можна пояснити тим, що через Євро-2012 країна була в центрі уваги іноземних медіа, що збільшило кількість публікацій у цілому, у тому числі і негативних. Так, із січня по вересень 2011 року в основних світових медіа 62% матеріалів про Україну мало негативний характер, у жовтні 2011-го – березні 2012-го їх стало 82%. Провідними темами іноземних ЗМІ у той період були: поводження з бездомними тваринами, справа Тимошенко, прояви расизму; можливість міжнародного бойкоту відразу двох подій в Україні – Євро-2012 і Ялтинського саміту глав держав Центральної й Східної Європи – через внутрішньополітичну ситуацію в Україні.

Також вітчизняні публікації, в яких висвітлювались проблеми в країні, формували у світових медіа образ бідної пострадянської країни, де вибухнув Чорнобиль, Україні приписували зловживання, корупцію, звинувачували в расизмі. Внаслідок таких публікацій багато європейців боялися їхати на українські стадіони [2].

Дослідження публікацій іноземних медіа свідчить про те, що образ України в очах Заходу здебільшого негативний: далека від демократичного устрою, корумпована, порушення свободи слова і прав людини, дискримінація, у відносинах з іншими державами ненадійна, нестабільна, постійне порушення обіцянок українським урядом.

Поліпшити таку ситуацію з іміджом України у зовнішньому просторі можна лише за допомогою змінення процесу співпраці зі світовими ЗМІ, а також, якщо власні портали, видання та телеканали будуть незалежними та не будуть підпорядковуватись чиновникам, політикам або бізнесменам.

Виявляємо цілком логічну закономірність: якщо матеріал публікує авторитетне світове медіа, його помітять та прочитають або почують більша кількість людей, ніж якщо це зробить локальне ЗМІ.

Найбільший соціальний резонанс мали такі медіа: український Ukraine Today, американський New York Times та російський Russia Today, проте, хоч вони мають свою аудиторію і попит, кількість окремих українських та російських видань, що пишуть англійською мовою все одно менша за світові медіа, які висвітлюють новини про Україну. До того ж, загальна кількість лайків, репостів та коментарів у соціальній мережі Facebook усіх матеріалів про Україну від українських та російських медіа становить менше 2% від загальної кількості.

На сьогоднішній день таким першоджерелом для Заходу є російські медіа, зокрема Russia Today, і цим можемо пояснити деякі негативні аспекти у публікаціях. Українським англомовним ЗМІ варто стати оперативнішими, більш цікавими та якісними, особливо це стосується правильного перекладу. За цих умов шанси стати першоджерелом для світових ЗМІ будуть вищими. Закриття UA.today у 2016 році, яке було одним з найкращих, має негативний відбиток на ситуації в цілому. Дані моніторингу «Ока» продовжують: «Друге місце рейтингу займає The New York Times, оскільки саме в цьому виданні в 2016 вийшло 3 з 5 найпотужніших матеріалів зі згадкою України в контексті передвиборчої кампанії Д. Трампа. На третьому й шостому місцях – російські пропагандистські Russia Today та Sputnik News. На четвертому місці – BBC, на п'ятому – Daily Mail».

Подібне дослідження та моніторинг дають змогу побачити, як змінюється настрій повідомлень про Україну, як часто і в якому контексті про неї пишуть, які джерела найбільш ефективні та впливові.

У заголовках, що містять слова «Україна» або «українець», «український», найбільше таких слів як «боротьба», «вбивство», «конфлікт», «війна», «атака», «Росія», і менше – «припинення вогню» та «мир». Не набагато рідше зустрічаються слова «сепаратист», «солдат», «військова», «повстанець», «Донецьк», «схід». Слово «Крим» трапляється у поодиноких випадках.

Компанія BBC часто у своїх заголовках використовує слово «криза». Це через те, що всі новини, які стосуються Криму та війни на Донбасі, публікуються у рубриці «Українська криза». Наприклад, «Ukraine crisis: Crimea in the dark in Russia power row» або «Ukraine crisis: «Russian soldier's lawyer found dead».

Варто окремо розглянути Reuters, адже 46% заголовків усієї вибірки належить саме їм. Вони більше за інших приділяють увагу проблемі українського боргу, слово «борг» зустрічається у 7% заголовків. Також частіше згадується «Путін», ніж «Порошенко» або «Президент України». Слово «Україна» частіше можна побачити в оточені слів, що описують конфлікт на Донбасі, ніж, наприклад, новини про реформи або боротьбу з корумпованою владою.

Заголовки ділових західних ЗМІ, таких як «Bloomberg», «Reuters» «Financial Times», «Wall Street Journal», здебільшого висвітлюють, як Україна обслуговує свої боргові зобов'язання (у 12% заголовків цих видань можна зустріти тему боргу та договору з МВФ).

У 2014 і першій половині 2015 року зустрічаються більш тривожні заголовки: «МВФ попереджає Україну про загрозу економічного краху», «Україна може втратити підтримку МВФ, якщо війна загостриться».

Щодо другої половини 2015 і 2016 року, кількість негативу зменшилась, а позитивні заголовки стали з'являтись частіше: «Україна заслуговує на послаблення боргу» тощо. Вирази «переговори щодо боргу» та «угода з МВФ» використовувались частіше, ніж «корупція» та «реформи». Можемо зробити припущення, що останні – внутрішні проблеми країни, і нецікаві для світових медіа.

З іншого боку, існує теорія, що Україна робить недостатньо для того, аби донести до Заходу та світу інформацію щодо успіхів у проведенні реформ. Як наслідок, з'являються заголовки: «Українська політична криза поглиблюється після відставки ще одного реформатора» або «МВФ попереджає, що запропоноване законодавство в Україні загрожує реформам» тощо.

Портал «РИА. Новости» у 2016 році зробили інфографіку на тему: «Агресивність світових ЗМІ по відношенню до Росії» [3]. В результаті – у позитивній тональності не пише ЗМІ жодної країни світу, і тільки одна країна – помірно позитивно, більша частина або нейтрально, або негативно.

Україна ніколи не була серйозним супротивником Росії на інформаційній арені. Росія витратила багато років на побудову подібного інформаційного простору в країні, та такої пропагандистської машини як, наприклад, Russia Today. Вона має експертів, які коментують події так, як потрібно уряду, не тільки на території РФ, але й закордоном. Якщо в Росії майже всі канали комунікації належать державі, то в Україні майже всі є приватними підприємствами політиків, депутатів, бізнесменів. До того ж, Україні потрібно вести війну не лише з Росією, але й за національну свідомість в країні та за імідж на зовнішній арені.

Експерти говорять, що одним із засобів, який може вирішити проблему з образом країни в очах заходу, є створення телеканалу для транслювання за кордон [1]. Одним із яскравих прикладів можемо назвати BBC чи Deutsche Welle. Подібна модель допомогла би вибудувати відкритий та прозорий інформаційний канал, який викликав би значно більше довіри у західного глядача.

Висновки. Наразі Україна перебуває в стані гібридної війни з Росією, у якій інформаційна війна відіграє важливу роль. Одним із головних інструментів, який використовує Росія – це пропаганда та дезінформація. В арсеналі пропагандистів – не лише маніпулювання громадянською свідомістю, але й нищення ідентичності як такої.

Аналізуючи публікації іноземних ЗМІ, можемо зробити висновок, що Україна там зображена як корумпована країна, яка ще не наблизилась до демократичного розвитку, в якій нерозвинуте громадянське суспільство, а свобода слова і права людини постійно порушуються. На зовнішній арені – непередбачувана та нестабільна, ненадійна як економічний партнер, а правова та судова система не працюють належним чином, країна, в якій влада не виконує своїх обіцянок міжнародному співтовариству.

Варто пам'ятати, що повністю об'єктивних ЗМІ не існує. На матеріал можуть впливати особисті вподобання журналіста, політика компанії, політика держави тощо. Все, про що людина читає, або бачить, чує у медіа – це лише один погляд на новину. Для того, аби сформувати власну думку на ту чи іншу ситуацію або проблему, варто аналізувати не одне джерело інформації, а щонайменше – три.

Список літератури:

1. Грабська А. Як Україна може протистояти Росії в інформаційній війні? [Електронний ресурс] / Аніта Грабська. – 2017. – Режим доступу: http://telekritika.ua/daidzhest/2014-08-03/96556 – Назва з екрана.
2. Немецкие СМИ назвали решение проводить Евро-2012 в Украине ошибкой [Электронный ресурс] – 2012. – Режим доступа: http://podrobnosti.ua/society/2012/04/28/834341.html – Загл. с экрана.
3. Образ России в мире: анализ зарубежных СМИ [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: https://ria.ru/infografika/20151008/1298362402.html – Загл. с экрана.
4. Як діє російська пропаганда [Електронний ресурс] / Тетяна Попова – Режим доступу: http://www.pravda.com.ua/columns/2014/06/21/7029684/ – Назва з екрана.
5. Edward L. Winning the Information War [Electronic resource] / L. Edward, P. Pomeranzev – Mode of access: https://cepa.ecms.pl/files/?id_plik=2706 – Title from the screen.
6. Government requests to remove content [Electronic resource] – Mode of access: https://transparencyreport.google.com/government-removals/by-country/UA – Title from the screen.

Геник Р.В.
Киевский национальный университет культуры и искусств

РУССКО-УКРАИНСКАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ ВОЙНА

Аннотация
В данной статье русско-украинская информационная война рассматривается как технология, открывающая новые возможности для политической борьбы. Анализируются основные образы Украины и России в иностранных СМИ, выявлены черты пропаганды и дезинформации в русско-украинской войне; исследованы противостояние Украины информационной войне.
Ключевые слова: информационная война, пропаганда, политическое противостояние, русско-украинская война.

Genick R.V.
Kyiv National University of Culture and Arts

RUSSIAN-UKRAINIAN INFORMATION WAR

Summary
In the given article Russian-Ukrainian information war is considered as the technology which gives a gateway to new opportunities for political battle. The main images of Ukraine and Russia in foreign Media are analyzed; features of propaganda and misinformation are discovered; opposition of Ukraine in information war are researched.
Keywords: information war, propaganda, a political opposition, Russian-Ukrainian war.