ВПЛИВ РОСІЙСЬКИХ ЗМІ НА ФОРМУВАННЯ СУСПІЛЬНОЇ ДУМКИ В УКРАЇНІ

Зміст

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДІЯЛЬНОСТІ РОСІЙСЬКИХ ЗМІ В УКРАЇНІ

Висновки до розділу 1

РОЗДІЛ ІІ. РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКІ ВІДНОСИНИ В ІНФОРМАЦІЙНІЙ СФЕРІ

2.1 Інформаційний простір України його складові

2.2 Російський інформаційний простірі

2.3 Формування Українсько-Російського інформаційного простору

Висновки до розділу 2

РОЗДІЛ 3. ТЕХНОЛОГІЇ ВПЛИВУ РФ НА ФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ Ї ДУМКИ В УКРАЇНІ

3.1 Факти, вплив, ЗМІ

3.2. Технології створення іміжду української політики російськими ЗМІ

Висновки до розділу 3

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Кінець XX століття відзначається колосальними змінами у житті людства, які обумовлюються, перш за все, участю широких мас у процесах державотворення та посиленні впливу демократичних суспільств на розвиток людства. Це вдається здійснювати не тільки завдяки створенню механізмів реалізації права громадян щодо участі у політичному житті своєї держави, а й завдяки вільному доступу людей до інформації, що дозволяє орієнтуватися та робити вибір. Україна, проголосивши себе молодою демократією після отримання незалежності, почала долучатися до світового досвіду у політико-правових процесах, та зокрема, у здійсненні врядування. Але оскільки одним з найважливіших чинників будь-якого демократичного суспільства є існування та вільне функціонування ЗМІ як одного з інститутів демократії. Журналістика відкритого суспільства характеризується, визначенням професора В.Шкляра, спроможністю преси забезпечувати прозорість державних, політичних, економічних, культурних інституцій для громадянського суспільства.

Але в добу глобалізації велике значення має вплив ЗМІ Россії. Звернення до проблеми впливу російських ЗМІ в сучасному українському суспільстві зумовлено кількома причинами: актуальністю аналізу рівня демократичності української держави в російських ЗМІ, які впливають на нього; наростанням кризових явищ на різних ділянках суспільного буття, і особливо у період передвиборчих кампаній, та їх висвітленням у російських ЗМІ; особливостями перебігу конституційно-правового процесу в український державі та ступенем реального впливу, який здатні чинити ЗМІ на формування громадської думки щодо вибору шляху подальшого розвитку суспільства.

Дедалі суттєвішу роль відіграють закордонні ЗМІ, що ведуть мовлення на Україну й часто-густо дезорієнтують наших громадян стосовно позиції української влади з того чи іншого питання. Намагання ж державних органів поставити таких мовників у рамки українського закону наштовхується на шалений опір, організований антиукраїнськими елементами. Відділ міжрегіональних та культурних відносин із закордонними країнами при адміністрації президента Російської Федерації, який до осені 2007 року очолював Модест Колєров, і є тією установою, відповідальною за підвищення іміджу Росії на постсовєтських територіях. Численні заяви екс-голови цього відділу про те, що головною функцією є «гуманітарні стосунки» з сусідніми країнами, так само, як і назва цієї установи, мають вказувати, що Кремль переслідує політику сили у сфері мас-медіа.

Патрік Тирел передбачав, що лінгвістичні, релігійні або культурні форми незалежності розвинуть також суверенність в межах глобального інформаційного середовища, яка не обов’язково збігатиметься з територіальними кордонами держави.

У сучасному суспільстві інформація стає найбільш важливою цінністю, а індустрія отримання, обробки і трансляції інформації – провідною галуззю діяльності, куди з кожним роком вкладають все більш значні капітали. Як вважають провідні вчені, інформація стає важливим стратегічним ресурсом, відсутність якого призводить до суттєвих втрат в економіці.

Мета дослідження полягає у комплексному вивченні впливу російських ЗМІ на формування суспільної думки в Україні та визначенні факторів ефективності впливу Російських ЗМІ, узагальненні методів та засобів формування друкованими ЗМІ громадської думки в Україні відносно політичних сил держави, у виявленні оптимальних шляхів прискорення розбудови демократичної незалежної преси в державі та підвищення ефективності її функціонування.

Об’єктом дослідження є тематика російських ЗМІ, розглянути діяльність преси у процесі формування політичних поглядів українського суспільства.

Предметом дослідження є основні методи та способи формування суспільної думки російськими ЗМІ в Україні .

Завданням роботи є:

1. аналіз теоретико-методологічної бази досліджень;
2. особливості російсько-українського інформаційного простору;
3. дослідження методів , форм впливу російських ЗМІ;
4. аналіз технологій впливу ЗМІ РФ на формування суспільної думки в Україні.

Методи дослідження дискурсивний та семіотичний аналіз українських і російських мас-медійних текстів, політологічні, культурологічні та філософські наукові концепції. Застосовано також описовий, порівняльно-історичний, системний методи дослідження. Спираємось на дослідження присвячені вивченню української журналістики та засобів масової інформації кінця ХХ – початку ХХІ століття чимало праць відомих журналістів в Україні, зокрема В. Здоровеги, А. Москаленка, В. Різуна, В. Іванова, В. Лизанчука, Г. Почепцова, І. Крупського, Б. Чернякова та інших науковців.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДІЯЛЬНОСТІ

РОСІЙСЬКИХ ЗМІ В УКРАЇНІ

Тоталітарна комуністична ідеологія, яка панувала в СРСР, мала трагічні наслідки для масової суспільної свідомості взагалі і для особистої свідомості громадян зокрема. Довіра до ЗМІ упродовж 90-х років також зросла. Окреслені процеси свідчать про істотні зміни в комунікаційній структурі сучасного українського суспільства, а саме розпад масово-мобілізаційного суспільства радянського ґатунку та втрату інтересу до активного сприйняття інформації, поширюваної ЗМІ.

Значна частина українського суспільства отримує популярну інформацію і новини про світ та постсовєтський регіон через російські телевізійні мережі. Західні учені Роберт О. Кеогане і Джозеф С. Най (Robert O. Keohane, Joseph S. Nye) визначають силу ЗМІ як здатність отримати бажані наслідки тому, що інші хочуть того, чого хочеш ти. Згідно з цим уявленням ефективна закордонна політика буде залежати більшою мірою від популярності і громадського відгуку на ідеї, які підтримуються державою. Отже, соціальні та комунікаційні ресурси (телевізійні канали, радіо і преса) можуть набути навіть більшої цінності, ніж природні ресурси (нафта і природний газ), тому що у постмодерній політиці влада трансформувалась у комунікаційні структури[1].

Однак, в Росії поняття інформаційної геополітики більш популярне. Представники такої течії Ігор Панарін, Андрій Манойло бачать постсовєтське середовище як поле інформаційного бою. Зокрема домінантність в інформаційному середовищі ворожої геополітики може бути забезпечена за допомогою використання таких засобів:

1. Приховане інформаційне управління внутрішніми, економічними і культурними процесами опонента – яке створить бажане підґрунтя для інформаційного, ідеологічного, економічного і культурного вторгнення, і визначить наперед вигідність рішень опонента на користь маніпулятора.

2. Інформаційно-психологічна агресія, базована на економічному, політичному і дипломатичному тиску.

3. Інформаційна війна, базована на економічній блокаді і погрозі застосування сили (питання економічної блокади).

Це свідчить про успіх інформаційної політики Росії в Україні. Базові уявлення про світ пересічні громадяни отримують сьогодні переважно завдяки ЗМІ.

Це свідчить про дуже специфічну соціальну і культурну структуру пострадянського суспільства. Для неї властивий значний розрив між рівнями комунікативної реальності – побутової, часткової, слабоструктурованої, малоавторитетної, з одного боку, і віртуально-ефірної, централізованої, віддаленої за своїми персонажами, темами, сюжетами, подіями – з іншого[2].

Інформатизація суспільства виступає одним з вирішальних чинників модернізації економіки на ринкових засадах і запорукою інтеграції України в світове співтовариство[3].

Світ крок за кроком просувається в напрямі до створення інформаційного суспільства, в якому нові системи виробництва потребують також і якісно нового устрою людських відносин. Нова модель суспільства, що пов’язана з поняттям інформації, потребує також значного переосмислення наших уявлень сутності процесів розвитку людської цивілізації. Для цього потрібно поглянути на історію людства під новим кутом зору, а саме: як на процес не стільки пошуків все нових і більш ефективних засобів виробництва, але як на процес пошуків нових і більш ефективних засобів комунікації.

Комунікація — універсальне надбання людства й реальність суспільного існування. Жодне важливе суспільне питання неможливо розв’язати поза комунікативним, публічним обговоренням. Демократично організована спільнота мусить досягти єдності — консенсусу — через дискурс. Дискурс є практикою комунікативних взаємин для досягнення суспільної узгодженості та соціальної згоди. За дискурсом стоїть набагато більший обсяг інформації, аніж той, що маніфестується поверхово вираженими значеннями слів.

Професор Львівського університету В. Й. Здоровезга. У вступі до підручника "Теорія і методика журналістської творчості" наголошує, що "найпоширенішим сьогодні у повсякденній практиці та зафіксованим у законодавстві збірним поняттям засоби масової інформації називають пресу, телебачення, радіомовлення, документальне кіно, інформаційні агентства, комп'ютерні засоби масового розповсюдження інформації" [4].

Надзвичайно важливим чинником ефективності мас-медіа є мова засобів масової інформації, адже журналістський текст живе лише в мові й реалізується саме в мові. З огляду на це мова преси є об’єктом наукових зацікавлень багатьох сучасних українських науковців, зокрема О. Пономарева, В. Різуна, О. Сербенської, К. Серажим, Н. Непийводи, А. Мамалиги, М. Феллера, С. Єрмоленко, М. Яцимірської та багатьох інших. Проблеми комунікації і сприйняття постійно осмислюються різними галузями як вітчизняної, так і зарубіжної науки. Ці проблеми мав на увазі С.Ейзенштейн, коли формулював те, що назвав «Grundproblem», «основна проблема»: при створенні образу художник спирається одночасно на вищі ступені людської свідомості і на первинні форми плотського мислення, що виникли на зорі людства. «Дія витвору мистецтва, – говорив він, – будується на тому, що в нім відбувається одночасно подвійний процес: стрімке прогресивне піднесло по лінії вищих ідейних ступенів свідомості і одночасне ж проникнення через будову форми в шари найглибиннішого плотського мислення.

Термін “дискурсу” поступово поширюється у всіх західних гуманітарних дисциплінах з 60-70-х рр., а з кінця 80-х — початку 90-х рр. ХХ ст. і в Україні. В Україні над розробкою дискурсу, зокрема політичного працюють C. Андрусів, О. Білий, Є. Бистрицький, В. Вовк, Т. Гундарова, А. Клепіков, Н. Костенко, С. Павличко, Г. Почепцов. За кордоном — Р. Водак, Ю. Габермас, Т. ван Дейк, Г. Кресс, А. Маколкін, Дж. Фіске, Р. Ходж[5; 6]. Видається, що динаміка використання терміну “дискурс” на позначення мас-медійних текстів та їх сприймання в сучасній гуманістиці є найпереконливішим доказом його продуктивності.

К. Платонов вказує: особливості спілкування – ось лакмусовий папірець, що показує відмінність людини від тварин ” , а сутність словесного спілкування полягає в обміні інформацією... між агентом, що її передає, й перцепієнтом, що її сприймає, котрі послідовно можуть мінятися місцями» [7, с.7-8].

М. Каган сформулював теорію спілкування, але набагато пізніше, аніж були написані праці А. Бахтіна з цих самих проблем [8].

“Мета спілкування – обмін поняттями” [9], але не тільки головна функція масового спілкування – забезпечувати масове розуміння.

Головна функція масового розуміння – забезпечувати здійснення саморозуміння: прийняття рішення кожним індивідом окремо.

Така дія створює умови для самоінтерпретації – ідентифікації індивіда в соціокультурному просторі. Проблеми комунікації і сприйняття постійно осмислюються різними галузями як вітчизняної, так і зарубіжної науки. Ці проблеми мав на увазі С. Ейзенштейн, коли формулював те, що назвав «Grundproblem», «основна проблема»: при створенні образу художник спирається одночасно на вищі ступені людської свідомості і на первинні форми плотського мислення, що виникли на зорі людства. «Дія витвору мистецтва, – говорив він, – будується на тому, що в нім відбувається одночасно подвійний процес: стрімке прогресивне піднесло по лінії вищих ідейних ступенів свідомості і одночасне ж проникнення через будову форми в шари найглибиннішого плотського мислення.

В той же час, сьогодні засіб комунікації стає важливіше самого повідомлення. Тобто зміст інформації залежить насамперед від того, по якому каналі вона передана - по радіо, по чи телебаченню в газеті. У зв’язку з цим такий дослідник як М. Маклюен поділяє всі засоби комунікації на “гарячі” і “холодні”. У самому доступному розумінні, гарячі засоби спілкування - це такі засоби, що залишають аудиторії мінімум можливостей для домислювання, для самостійної роботи мозку. Таке, наприклад, радіо, і не випадково саме завдяки використанню радіо фашистська пропаганда в лічені роки залучила до своїх лав освічених німців. Холодні ж засоби спілкування – а це і звичайна мова, і телебачення (і Інтернет) – вимагають співучасті, заповнення сказаного і показаного. Тому накази варто передавати по радіо, а от із проханнями доречніше звертатися по телебаченню.

Подібно книзі, газета висвітлює “речі” (події, явища) “зсередини”, але тільки не “зсередини особистості”, а “зсередини суспільства”. Тому специфіка газети - показувати виворіт суспільства. От чому для газети “дійсні новини - це погані новини ”, те пак скандали і викриття. Кращою частиною журналів і газет Маклюєн вважає рекламу. Реклама – це безсумнівно новини. Однак її єдиний і генеральний недолік у тім, що це завжди гарні новини. Щоб зрівноважити ефект цих гарних новин, у газеті приходиться поміщати багато поганих новин. Більш того, власники засобів комунікації завжди намагалися дати публіці те, що вона хоче, тому що почували, що їхня сила - у самому засобі комунікації, а не в змісті. Іншими словами, усі у світі комунікації підводиться під основний афоризм Маклюєна “The medium is the message” – “Засіб - це повідомлення ” [10].

Якщо звернутись до вивчення інформаційного простору в нашому сьогоденні, можна зафіксувати лише дуже незначні зрушення в напрямі створення інформаційної цивілізації. Наявність комп’ютерної техніки, розвинутої інфраструктури зв’язку – це лише технологічні передумови. Найбільш значних змін потребує сама суспільна організація виробництва інформації, і насамперед, великі зрушення повинні торкнутись психології кожної людини, форм її мислення і духовного життя. Якщо людина перестане відчувати себе гвинтиком, а вважатиме себе деяким центром інформаційного універсуму, що пов’язаний каналами комунікації з іншими центрами, вона більш повно розкриватиме свої внутрішні можливості творчого розвитку. Зрозуміло, що таке ставлення до реальності потребує духовного розвитку високого рівня.

Слід зазначити, що перехідний характер пострадянської, в тому числі й української, економіки обумовлює специфіку її інформаційного забезпечення, що полягає в наступному:

* стара інформаційна організація забезпечення економічного розвитку не відповідає новим потребам суспільства;
* копіювання відповідної організації інформаційної діяльності розвинутих країн неефективне, оскільки не дозволяє вирішувати нагальні проблеми перехідного суспільства;
* модель оптимальної організації, адекватна умовам перехідного суспільства апріорі невідома, вона формується в процесі життєдіяльності суспільства [11].

Застарілі уявлення про роль інформації в житті суспільства як своєрідної форми обслуговування цієї “суспільно-виробничої машини ”, ще панують у сфері наших засобів масової комунікації. Вважається, що інформація повинна надаватись не сама по собі, а лише як засіб формування суспільної думки, регулювання соціальної поведінки великих людських мас, тобто щось на зразок команд, які подаються від однієї частини машини до іншої. Звідси необхідність створення механізмів відсіву небажаної інформації, різні форми цензури, незважаючи на формальну її заборону і т.п. Для структур влади завжди великою спокусою є можливість регулювати інформаційні потоки в бажаному для себе напрямі, або навіть вводити в канали комунікації дезінформацію, якщо цього, як вони вважають, потребують інтереси держави.

Як і в багатьох інших сферах життя українського суспільства, головною межею стратегічного протистояння в інформаційному просторі є розподіл між силами проімперського ґатунку і тими, які орієнтовані на створення незалежної та демократичної держави. В інформаційному просторі СНД панують засоби масової інформації колишнього Союзу. З легкої руки телебачення Останкіно у світовий інформаційний простір, як і раніше, іде більша частина інформації щодо стану справ в Україні, Грузії, Чечні та інших країнах. Реакція з боку українських мас-медіа не є достатньо оперативною і адекватною силовому інформаційному тиску. Недостатня увага до оволодіння світовим інформаційним простором з боку державних структур, повільність у створенні незалежних інформаційних агентств призводить до формування в світі від’ємного іміджу щодо України, а це спричиняє значні економічні і політичні втрати[12].

Мас-медіа — це взаємодія та співіснування великої кількості дискурсів, з-посеред яких найважливішим для їх функціонування є політичний дискурс[13].

Особливість сучасного політичного становища України, і відповідно політичного дискурсу засобів масової інформації у тому, що наша держава перебуває як у постколоніальній, так і посттоталітарній ситуації [14]. Зрозуміло, що посттоталітарний статус позначений 70-літнім виживанням України у лещатах радянської тоталітарної системи, а постколоніальний характер позначений становищем України як колонії Російської імперії у з кн. ХVІІ – до поч. ХХ ст.

Розрізняючи політичний дискурс ЗМІ – коли словом, жестом промовляє влада, у другому — ЗМІ, які є рупором влади. Політичний дискурс російських ЗМІ весь час відповідає рівневі суспільства і є репрезентацією дискурсу влади і її політики [15].

Журналістика як професія, що базується головним чином на комунікації – отриманні та передачі інформації про суспільний світ, – не може обминути питання етики. Адже комунікація відбувається як людська взаємодія, тому вона протікає в межах певних правил, що роблять можливим взаєморозуміння та адекватну реакцію адресата на сприйняту інформацію. Вага людського фактора в комунікативній взаємодії є причиною того, що комунікація потребує специфічного регулювання – не тільки законодавчого, а й морального.

Кожна держава у своїй зовнішньополітичній діяльності прагне досягти трьох основних цілей – репрезентація себе у необхідному світлі, встановлення свого впливу над якимись процесами чи суб’єктами міжнародних відносин і забезпечення гарантій стабільного і безпечного власного існування та розвитку.

З-поміж різноманітних шляхів досягнення цього, найоптимальнішим є саме інформаційний: інформація – ресурс нематеріальний, а завдяки розгалуженій і все більше глобалізованій мережі ЗМІ ще й всеохоплюючий, що дозволяє здійснювати різнорівневий вплив за різноманітними формами і каналами,але з єдиним смисловим навантаженням. Але найголовніше – здійснювати вплив опосередковано і ненав’язливо. Саме тому зараз поле боїв та відстоювання власних інтересів перемістилося у інформаційний простір і як показує досвід – дає досить плідні і цілком матеріальні результати. Водночас відбулася актуалізація такого нематеріального поняття як імідж країни, що є її репрезентацією і таким собі віртуальним образом, котрий формує уявлення людей про цю країну і уже несе в собі інформацію оціночного характеру.

Імідж країни є її стратегічним надбанням, адже, якщо прослідкувати риторику сучасних лідерів громадської думки – політиків, голів держав та урядів, голів міжнародних організацій, - саме він на сьогодні є показником оцінки світовою спільнотою та визначає рівень співпраці з іншими країнами. Але найчастіше вирішальну роль у конструюванні іміджу країни відіграють не її власні медіа ресурси, а інформація, що подається у ЗМІ великих держав та прикордонних сусідів. Оскільки імідж є структурою нематеріальною, можна сказати, віртуальною, то є дуже вразливим до будь-якої вхідної інформації, якщо ще не має своєї брендової опори. Адже імідж – це суто репрезентація об’єкта, те, чим він хоче або претендує бути чи те, чим його роблять [16].

Можна сказати, що імідж - образ, що живе в уявленнях людей. Якщо виходити з того, що імідж - це образ, то в перекладі на українську мову "образ" є "присутність відсутнього". Виходячи з цього, імідж і є той образ, те представлення про людину, що сформувався у свідомості людей. Цей образ може бути феноменальним, приголомшливим, а може бути огидним. У політику імідж визначає багато чого і, головним чином, перемогу на виборах, що є одним із найбільш серйозних актів набуття влади.

Систематизуються дослідження світових і вітчизняних наукових напрямків і шкіл щодо проблеми іміджу політиків та еліти. Під різними кутами зору це питання розглядали класики політичної думки Платон, Аристотель, Н. Макіавеллі, З. Фрейд, М. Вебер, Г. Лебон, Е. Вятр, М. Корз′є, Д. Істон, С. Хангтінтон.

В українському інформаційному просторі присутній ряд російських видань, що виходять з підзаголовком "... в Україні". Наше законодавство дозволяє їм існувати, по суті, на правах українських газет. Українські ж "вкладиші" мають там дуже скромний обсяг. Несумірний із впливом цих мас-медіа на нашу громадську думку.

Арсенал прийомів і методів цих ЗМІ величезний. Використовується наприклад, демонстрація старих фільмів, які у старшого покоління викликають ностальгію за радянським минулим. А, скажімо, для молоді транслюватимуться цикли розважальних програм. Щоб вона психологічно відчула, що Росія - то цікаво, що майбутнє у нас з нею спільне. Як і під час виборів Єльцина, тут акцент на пропаганді демократичних цінностей… Все це буде прив'язане до конкретної фігури кандидата в Президенти.

Медіа-технології дозволяють приховано впливати на підсвідомість. Ними добре володіє, зокрема НТВ Гусинського (сюди входить навіть оформлення студії). Через 1 – 3 тижні дуже обережного впливу різних ЗМІ на цільові групи населення можна змінити їх стереотипи. Для створення ж нових установок використовується інформація, що виражає очікування людей, часто засновані на емоціях, інтуїтивних передчуттях, забобонах. Це здатне викликати "психологічний резонанс ”, зробити пропаганду високоефективною. По суті, в такий спосіб за допомогою ЗМІ здійснюється приховане навіювання

Російські фінансово-політичні кола і пов’язані з ними ЗМІ зацікавлені в тому, щоб Україна залишалася в сфері їхнього впливу. Наприклад, газета "Труд" систематично акцентує увагу на заборгованості України за газ. “Газпром”, що стоїть за інформаційною політикою цього видання, зацікавлений, щоб ми постійно сиділи на його газовій "голці", були залежні.

Багато які плани Росії порушила фінансова криза. Так, наприклад, явно спостерігалися всі ознаки того, що російські мас-медіа почнуть масовану інформаційну атаку, пов'язану з участю російського капіталу в українській приватизації. Йшлося про формування позитивної громадської думки в Україні. З економічними аспектами тісно пов’язані й політичні. Найвпливовіші ЗМІ в Росії належать все-таки фінансово-політичним групам.

Істерика з приводу прибуття американського корабля в рамках планових міжнародних навчань у Феодосію. Принцип доміно у послідовних спробах місцевої влади у східних регіонах надати російській мові статус регіональної. Активна присутність російських «колег» у Криму та їхня «дружня допомога» у недопущенні подальшого просування України в бік вступу до НАТО — із залученням масовки та усіма атрибутами добротно поставленого шоу. Наростання сепаратистських настроїв в Криму і загострення там татарського питання. Усе це — ланки одного ланцюжка, назва якому — інформаційна війна. Наш північний сусід в цій війні, звичайно, грає не останню скрипку, або, висловлюючись дипломатично, здійснює в Україні вигідну для себе інформаційну політику.

У сучасній науковій літературі, публікаціях не бракує досліджень про переваги і досягнення інформаційних технологій, зумовлених і спричинених глобалізаційними процесами. А. Чернов пише: «Прогрес у галузі нових інформаційних технологій відкриває величезні можливості для вирішення найрізноманітніших економічних, соціальних проблем, однак далеко не все людство сьогодні може ними скористатися: 4,8 млрд людей з 6 млрд. живуть у злиднях, іще 2 млрд. до них приєднається впродовж наступних 50 років… Понад те, безпрецедентне пришвидшення інформаційно-технологічних процесів не лише посилює існуючий розрив між країнами так званого “золотого мільярда” та іншим світом, а й щодень його збільшує» [17].

Такої ж думки дотримується і український дослідник проблем глобалізації Воронов І. Він зазначає, що суперечності між країнами Заходу та іншими країнами в інформаційно-технологічній сфері значною мірою обумовлені нееквівалентним обміном. Монополізувавши контроль за інформацією, Захід забезпечив собі панування, поставив інших у залежність від себе. Розрив між країнами стрімко збільшився надто впродовж останнього часу, після розпаду СРСР, коли технологічний розвиток на пострадянському просторі призупинився, а високотехнологічне виробництво опинилося у стані системної деградації.

Глобалізація таїть загрозу для існування власне національно ідентичних, етнічних держав. Вона знищує національні особливості, культуру, мови, зрештою національний устрій, гуманітарне буття залежних (насамперед інформаційно і технологічно) націй. Не випадково найпослідовнішими адептами глобального світу, які пропагують ідею єдиного відкритого суспільства, виступають найрозвиненіші і могутні країни. Адже в ослабленні колишніх суверенітетів саме вони вбачають нові можливості для своєї економічної, геополітичної і соціокультурної експансії, — твердить дослідник проблеми І. Воронов [18].

Глобальний рух, як і глобальна політика уніфікації, цілком керовані. Базуються вони на об'єктивних можливостях впливу на індивідуальну та суспільну свідомість, які і дають інформаційно-комунікаційні технології.

Вкрай загрозлива тут можливість цільової руйнації соціуму через підрив цілей, поглядів, світогляду населення, що здійснюється через дезінформацію, маніпуляцію громадською думкою [19].

Глобалізація в інформаційній сфері, розвиток комунікаційних системних мереж створює далеко не віртуальну можливість цільового маніпулювання свідомістю тих чи інших груп людей, регіонів чи країн з метою нав'язати потрібні оціночні характеристики, погляди, норми поведінки, за потреби — для дестабілізації владних, суспільних структур, несанкціонованого втручання у внутрішні справи держав. Глобалізація, переконаний доктор політичних наук М. Головатий, дала можливість майже відкрито діяти тисячам латентних структур у політиці, економіці та інших сферах життя суспільства: «Глобалізація не зменшує і не послаблює протистояння, а, навпаки, посилює і робить процес незворотним. Міждержавне протистояння, боротьба політичних, громадських сил набувають нових ознак. Форми такого протистояння стають різноманітними і жорсткішими» [20].

І при цьому, переконаний О. Білорус, сучасні лідери глобальних трансформацій і діячі «глобальної революції» ставлять завдання значно радикальніші, аніж ті, що ставили перед собою адепти попередніх «світових революцій». Український учений покликається при цьому на слова З. Бжезинського, виголошені ще 1968 року: «Наша епоха не просто революційна. Ми увійшли в фазу нової метаморфози всієї людської історії. Світ стоїть на порозі трансформації, яка за своїми історичними і людськими наслідками буде драматичнішою, ніж та, що була викликана французькою і більшовицькою революціями» [21].

## Висновки до розділу 1

* Звільнення українського інформаційного простору від тоталітарно–імперського минулого відбувається вкрай повільно. Передовсім це пов’язано з тим, що владні структури у деяких регіонах ще не взяли курс на побудову України як національної держави.
* Домінування Росії у постсовєтському інформаційному середовищі не означає, що вона створила собі прихильний образ у цих країнах, та зокрема в Україні.
* Російська інформаційна політика в Україні ґрунтується на принципі інформаційної геополітики, яка призводить до резонуючого спілкування з українським суспільством.
* Інформаційний прийом впливу на формування громадської думки є успішним інструментом для Росії у досягненні нею короткотермінових цілей впливу на українську політику.

РОЗДІЛ ІІ. РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКІ ВІДНОСИНИ В

ІНФОРМАЦІЙНІЙ СФЕРІ

# 

# 2.1 Інформаційний простір України його складові

Російські ЗМІ вже давно об`єктивно не висвітлюють те, що відбувається в Україні. Всім відомо, що зі свободою слова в Росії покінчено. Поступово в інформаційній сфері російські ЗМІ стали механізмом втручання у внутрішні справи нашої держави, про це свідчить позиція ЗМІ наприклад у висвітленні політичної кризи в Україні. "Це як гайковий ключ у руках тих сил, які намагаються в Україні встановити свій, чужий нам, порядок. Цим ключем вони намагаються закручувати гайки в головах тих, хто досі дивиться російські канали. Це переважно Південь і Схід України. Новини на російських каналах, і озвучуванні в них фальшиві месиджі про можливий розкол України, – це опосередкований засіб впливу на мешканців Півдня і Сходу, яких намагаються кинути в горнило боротьби за узурпацію влади", – вважає Герасим'юк. "Заяви "регіоналів" про те, що вони не дадуть провести вибори, продиктовані з закордону, – цей сценарій розробляється не в Україні, – вважає народний депутат. – Те, що українські політики-маргінали стали головними діючими особами на російських телеканалах, – дуже показово. Люди, які стояли і стоять на антиукраїнських позиціях – улюбленці російських ЗМІ. Так було в 2004-му, так є й нині. Все говорить про те, що хтось дуже хоче "розірвати" Україну. І російські ЗМІ – просто одні з виконавців цього сценарію"[22].

Результати останніх соціологічних опитувань у Франції свідчать про те, що французи дуже відкриті до підтримки європейських перспектив України. «Єдине питання чітко знайти конкретні механізми реалізації двосторонніх інтересів і, зокрема, в інформаційному просторі, оскільки, Україна до цих пір сприймається у Франції через російські джерела інформування», — відзначив експерт.

Валерій Чалий вважає, що сьогодні у Франції відбувається процес осмислення нового світового порядку, нової системи загроз і нового бачення загроз, на які немає остаточних відповідей. Сьогодні для України сприятливий момент для пошуку можливості приєднатися до дискусії з обговорення найкращих механізмів забезпечення безпеки в Європі. Україна представляє сьогодні інтерес для ЄС, для Франції, але якщо Україна хоче бути повноправним гравцем європейської політики оборони і безпеки, ініціатива повинна бути за нею. Для цього потрібна інформація, потрібне формування позиції України і активне її лобіювання в європейських столицях[23].

«Iстерика з приводу прибуття американського корабля в рамках планових міжнародних навчань у Феодосію. Принцип доміно у послідовних спробах місцевої влади у східних регіонах надати російській мові статус регіональної. Активна присутність російських «колег» у Криму та їхня «дружня допомога» у недопущенні подальшого просування України в бік вступу до НАТО — із залученням масовки та усіма атрибутами добротно поставленого шоу. Наростання сепаратистських настроїв в Криму і загострення там татарського питання. Усе це — ланки одного ланцюжка, назва якому — інформаційна війна. Наш північний сусід в цій війні, звичайно, грає не останню скрипку, або, висловлюючись дипломатично, здійснює в Україні вигідну для себе інформаційну політику»[24].

Перманентні спроби РФ завдати удару по іміджу України спрямовані на обмеження України у здійсненні власних кроків щодо переорієнтації інтересів на економіко-політичну і культурну співпрацю із західною спільнотою і втримання у своїй сфері впливу. Адже головним пріоритетом у відносинах РФ з країнами СНД, у тому числі і з Україною, проголошено власні національні інтереси РФ. У Концепції національної безпеки РФ вони трактуються таким чином, що зростання відцентрових процесів в СНД кваліфікується як одна з найбільших зовнішніх загроз. Відповідно до зазначеної Концепції країни СНД розглядаються як сфера переважних геостратегічних інтересів РФ, тому посилення будь-яких інших геополітичних гравців на пострадянському просторі розглядається як безпосередня загроза національній безпеці РФ, чому вона й намагається чинити протидію, зокрема на інформаційному рівні, що неодноразово доводив свою ефективність.

Російські ЗМІ висвітлюють події в Україні тенденційно і вибірково, нав’язуючи бажану картину із відповідно підібраних реальних фактів. Основними агресорами є комерційні ЗМІ, у порівняні з якими позицію російських державних ЗМІ можна назвати найстриманішою. Але варто враховувати, що у Росії капітал тісно пов'язаний із владою і являє єдину систему, тому, хоч російський капітал значною мірою і контролює суттєву частку інформаційного простору СНД, але, як вважає автор, визначає його зміст саме російська влада і політикум. Тож позиція багатьох ЗМІ Росії щодо висвітлення подій в Україні визначається передусім інтересами владних кіл Росії щодо збереження чи встановлення власного впливу, а також російського капіталу на українському ринку.

Багато інформації російськими ЗМІ подається з врегулювання українсько-російських відносин у "газовій" сфері, євроатлантичні перспективи України

Російські медіа коментують прагнення України вступити у Євросоюз та НАТО зображеннями гітлерівських солдат та емблемою НАТО на тлі державного прапора України.

На думку президента НРКУ Віктора Набруска, вітчизняний інформаційний простір нині став загрозою для незалежності України. «Сфера інформаційних послуг у нас капіталізувалася, а вона має бути складовою держави, так само як і повітря, вода та надра. Законодавче поле у нас взірцеве, завдяки йому у нас в інформаційній галузі працює хто і як хоче. Ми фактично втратили інформаційний суверенітет, бо маємо всього 10% державної частки, коли Франція, Польща, Німеччина – до 40%, а деякі наші сусіди й 60%. Вони мають по 3-5 державних радіо-, 2-3 телеканали, а у нас в кабельних мережах фактично сидить інша держава21.

Згідно зі статистичними даними, які представив заступник генерального директора інформаційної агенції «Укрінформ» Анатолій Михайлов, в Україні на сьогодні діє 101 тисяча 659 сайтів, із них 80% – російськомовні[25].

Так популярний російський інформаційний ресурс Lenta.ru на сторінці присвяченій цій події почав напружено працює,змінюючи картинки минулої війни – одну страшніше другої. Спочатку під анонсом про Україну та Ющенка з’явився плакат із зображенням пікіруючого фашистського мессершмідта та написом „ДЕНЬ КОГДА НАЧАЛАСЬ ВОЙНА”, з гіперпосиланням на сторінку з жахаючим змістом та фотографіями. Через деякий час, на тому ж місці з’явився відомий плакат „ВЕЛИКАЯ ОТЕЧЕСТВЕННАЯ”, з посиланням на публікацію із не менш загрозливим змістом та страшними фотографіями. Далі, подібним же чином, з'явився плакат "НИ ШАГУ НАЗАД", з відповідними же гіперпосиланням та змістом[26].

Президент України В.Ющенко ще на початку грудня поскаржився на ті ж проблеми і закликав російську сторону до "історичного примирення". Він висловив упевненість, що через кілька років "раціональна політика" дозволить налагодити добросусідські і дружні відносини між Україною і Росією. Тоді українська сторона заявила про створення спеціальної Стратегічної групи з нормалізації відносин.

"НГ" цитує радника керівника Секретаріату українського президента Вадима Карасьова, який вважає, що українська ініціатива може бути ефективною тільки в тому випадку, якщо буде зустрічний рух з російської сторони. На його думку, в новому році російське керівництво продовжить експлуатувати образ України як "поганої країни" - нестабільної і неблагополучної, на тлі якої ситуація в Росії буде представлена як "досить непогана". Цим, на думку В.Карасьова, пояснюються складнощі на шляху до заявленого президентом Ющенком примирення. Такої ж думки дотримується керівник міжнародних програм Центра ім. Разумкова Валерій Чалий. "Йдеться про конкурентність політичних проектів розвитку, адже Україна для багатьох країн СНД стала прикладом іншої, ніж російська, моделі державного будівництва. Питання про те, наскільки успішним буде цей проект, прямо впливає на внутрішню політичну ситуацію в Росії[27].

У російських ЗМІ з’явилась низка повідомлень про те, що українські чиновники слідом за закриттям російських кінотеатрів борються з «прихованою русифікацією» в системі вищої освіти. У прес-службі Міносвіти кореспонденту ЗІКу сьогодні, 10 квітня 2009 року, пояснили, що це свідоме перекручування виступів міністра, адже Іван Вакарчук чітко окреслив пріоритети Міністерства, одним з яких є поліпшення викладання у вузах України державною мовою. Зокрема, у своїй доповіді на підсумковій колегії Міністерства 21 березня Іван Вакарчук попросив ректорів вишів до 19 квітня подати інформацію про перелік дисциплін, які вивчаються державною мовою, а які іншими мовами. Стаття «Украина разучится русскому» у газеті «Взгляд – деловая газета» [28]. «В течение ближайших лет вузы Украины полностью перейдут на «ридну мову». За три года ликвидировать преподавание в вузах на русском – такую цель поставил перед педагогами Украины министр науки и образования страны Иван Вакарчук. Вслед за закрытием русских кинотеатров бороться со «скрытой русификацией» украинские чиновники решили и в системе высшего образования. Заслуженных профессоров обещают не трогать, а вот молодым преподавателям придется в сжатые сроки осваивать государственный язык», – йдеться у газеті.

Вакарчук пообещал не увольнять «известных профессоров», имеющих высокую репутацию в научных кругах. «До ухода на пенсию им позволят преподавать на русском языке, а молодым придется осваивать государственный, украинский, язык», – цитує міністра ИТАР-ТАСС. «Отметим, что это не первая попытка Украины ликвидировать русский язык. В январе 2008 г на Украине началась кампания по запрету фильмов на русском языке с требованием обязательного дублирования иностранных фильмов на украинском. Причем и тогда мнение населения чиновников не интересовало», – подає російська преса. «Однако о возможном снижении качества образования министр не задумывается. «Без истерии с одной и другой стороны русский язык надо убрать из вузов», – наводять російські ЗМІ цитату Вакарчука, невідомо звідки узявши. «Большинство русскоязычных украинцев, в частности в Киеве, склоняются к тому, что совсем неплохо, чтобы их дети свободно владели двумя языками. Однако они согласны с жителями востока страны и Крыма в том, что процессы в данной области должны идти без насилия со стороны власти», – йдеться у статті[29].

У 2009 році в Росії вийшло в світ декілька книг, в яких описується крах незалежності України і україно-російська війна. Так, видавництво "Фоліо" опублікувало книгу Максима Калашникова "Незалежна Україна. Крах проекту". У інтернет-магазинах твір числиться в рубриці "Публіцистика", пише Українська правда. Автор ствержує, що сучасна Україна "раскалывается, нарастают противоречия между Западом и Востоком, и если этот процесс не остановить, то Украину может ожидать печальная судьба Югославии". У книзі Федора Березіна "Війна 2010. Український фронт" автор також переносить військові дії на територію сучасної України. "Третья мировая война на пороге! Мировой пожар начнется в Украине. Вооруженный конфликт, вспыхнувший в Крыму, грозит перекинуться на всю Европу. И России не остаться в стороне от решающих событий. Главным фронтом будущей войны станет Украинский фронт!", - говорится в аннотации к книге [30].

"Московский комсомолец” припускає, що шістнадцятим патріархом РПЦ може стати українець. Видання інформує про позачергове засідання Священного Синоду Української Православної Церкви 20 грудня в Києво-Печерській лаврі. На засіданні, в якому взяли участь переважна більшість єпископів, було прийнято рішення про висування кандидатури глави УПЦ МП митрополита Володимира (Сабодана) на патріарший престол. МК констатує, що українська церква станом на кінець 2008 року складає більше третини (11 тис.) усіх приходів Російської церкви. Українськими єпархіями керують 64 єпископи - майже половина єпископату РПЦ, які володіють правом голосу на соборі. Необхідно додати до них голоси щонайменше 300 виборців з України - духівництва, ченців і мирян. "У тій боротьбі, що розгорнеться на Помісному соборі наприкінці січня 2009 року, голоси українських виборців на вагу золота", - йдеться в публікації.

Газета нагадує, що 25 січня Архієрейський собор повинен буде назвати імена трьох кандидатів на патріарший престол. Два уже визначилися - митрополити Кирило (Гундяєв) і Климент (Капалін). Тепер відомий третій - предстоятель Української церкви Володимир (Сабодан). "Якщо всі українські вибірники зможуть прийти до єдиної думки, обрання українського єпископа на патріарший престол Російської церкви стає незворотною реальністю. У цьому випадку може постати й питання про перенесення патріаршого престолу в столицю Древньої Русі — Київ", - переконує читачів "Московский комсомолец”.

## 2.2 Російський інформаційний простір

Останнім часом Росія помітно активізувала політичну, економічну і культурну експансію щодо України, використовуючи й такий важливий чинник інформаційного впливу, як засоби масової комунікації. Ворожі інтонації особливо активізувалися після висловлювань президента Росії Путіна. Нині Україна все ще залишається об’єктом гри зовнішніх політичних сил, зокрема Росії. Скрутні економічні умови і відсутність в українському політикумі могутніх національно-культурних аспірацій не дозволяють створити альтернативу медіальному впливу Росії в інформаційному просторі України. Дискурс влади працює за логікою розширення, підкорення: це дискурс сили. Останнім часом з лексики російських політиків і суспільних діячів майже зникли слова “Росія”, “Російська Федерація”. Вони говорять переважно про “велику Росію”. Найпоширенішою проекцією з російського боку щодо України стали образи “хитрого малоросса” (простакуватого, неосвіченого, але шахраюватого, зрадливого) та “хохлацької галушки”. І на сучасному етапі Росія продовжує проектувати свій негативний образ на Україну[31].

Отже, Росія і нині залишається імперією, незважаючи на всю імпортовану із Заходу демократичну фразеологію. Росія протидіє європейському розширенню та намагається відтворити традиційну сферу впливу у Європі, виходячи з примату власних національних інтересів. І сьогодні абсолютна більшість російських політиків та інтелектуалів не можуть примиритися з втратою України. Вони і досі мають переконання, що Україна повинна повернутися до спільної екзистенції. Політика Росії щодо України — це поєднання двох чинників: примирення і тиску, щоб утримати українську проблему в певних рамках, не припускаючи виходу з-під її контролю[32].

В більшості постсовєтських країнах Росія має велику конкуруючу перевагу в ЗМІ:

* Більшість населення цих регіонів досі добре володіють російською мовою;
* Російські медіа канали (телебачення, радіо і преса) можуть досягнути значної аудиторії обраних суспільств і вони є популярними;
* У цих країнах існує значна кількість російської етнічної меншості, яка може сприяти цілям Росії.

Російська інформаційна політика, окрім внутрішньо російського рівня (впливу на власних громадян) має ще й внутрішньо український рівень, розрахований на вплив на українських громадян. Мета – активізація п’ятої колони, підтримування ситуації страху, протиставлення локальної, регіональної самоідентифікації людей самоідентифікації загальноукраїнській, збереження й поглиблення міжрегіонального розколу, зрештою, делегітимізація української влади. Україна не протистоїть цій політиці – власне, всі постановки питань в українських ЗМІ є російськими, ніхто не має власних. Є ще міжнародний рівень інформаційної політики, на якому Україна почала активно працювати лише в останні місяці.

“Радянський” проект відводить мовній проблемі (тобто російськомовності в країнах, що утворилися на терені пострадянського простору) істотну, проте іншу роль у порівнянні з сучасними націонал-патріотичними міфами про “русскую идею”. У його рамках російська мова виступає не стільки як інструмент етносоціокультурної ідентифікації, скільки як каталізатор спільної історичної пам’яті.

Та частина українського суспільства, яка перебуває під впливом російського інформаційного середовища і споживає продукти масової культури Росії, або дивиться російські новини і програми, насправді отримує ту ж інформацію, що і населення Росії. У теоретичних рамках така тенденція може бути визначена як сучасний феномен «інтерпретуючих аудиторій», оскільки світ сьогодні більше не розрізняє існування місцевих і зовнішніх, російських або постсовєтських аудиторій.

Звертання до міфів повсякденної свідомості визначає й конкретні форми реалізації аналізованого сценарію, визначальними для якого є підкреслено непропагандистські, неідеологічні засоби впливу. Це можуть бути, скажімо, ретрофільми радянського періоду, неформальні інтерв’ю з ученими, естрадними зірками, діячами культури, відомими акторами театру, кінематографа і т.п.

Ідея “радянської” солідарності виникла як стихійна реакція на обробку масової свідомості з позицій радикального націоналізму, як протест проти штучного роз’єднання культур і людей на догоду політичним іграм та амбіціям, а також національному фанатизмові. Однак немає підстав стверджувати, що “радянська” карта не використовується і принципово не може бути використана як запланований сценарій цілеспрямованого впливу на населення України, як досить ефективний засіб виховання громадянського індиферентизму, тобто як інструмент, за допомогою якого можна перешкодити щодалі виразнішому і масовішому процесу громадянської самоідентифікації в Україні. Подібний же індиферентизм у своєму послідовному логічному розвитку цілком здатний трансформуватися у першу стадію процесу перетворення дуже значної частини населення країни на своєрідну п’яту колону неосоюзної реінтеграції.

В російських ЗМІ розроблена концепція російської діаспори ” та співвітчизників за кордоном ” із сфер абстрактних теоретичних розробок і приватних думок усе частіше проникає до сфери великої політики ”, перетворюючись на офіційну доктрину певних політичних кіл Росії. З проблеми майже суто культурологічної питання про російськомовне населення України шляхом нескладних комбінацій трансформується в проблему політичну. Прорахунки і недоробки владних структур у галузі внутрішньої політики використовуються в цьому випадку для зміни змістового статусу проблеми – з мовної вона, ніби за порухом чарівної палички, перетворюється на проблему прав і свобод росіян в Україні. Причому негативна оцінка “стану” цих прав і свобод, акцент на “обмеженні” останніх усе частіше стають ключовим пунктом “турбот” чиновників досить високого рангу, включаючи представників Держдуми Російської Федерації і навіть адміністрації Президента Росії.

Що ж до внутрішнього механізму здійснення домінуючого завдання, яке реалізується у рамках “російського” проекту, то він також гранично простий. Його дія побудована на ототожненні російської мови і російської культури з російською державністю. Тому й не дивно, що у рамках даної схеми самий факт російськомовності ставить людину перед дилемою: усіма силами домагатися або возз’єднання України і Росії, або, як мінімум, уведення в Україні подвійного громадянства.

# 2.3 Формування Українсько-Російського інформаційного простору

Нині Україна активно й у значному обсязі використовує спільний з Росією інформаційний простір. Не є секретом і те, що такий стан речей не тільки зумовлює значні вигоди, а й водночас породжує численні, до того ж досить істотні проблеми. Причому серед останніх є підстави особливо виділити проблему різного типу впливів, що цілеспрямовано або нецілеспрямовано здійснюються (можуть здійснюватися) через цей інформаційний простір[33].

Загальновідомо, наприклад, що будь-яка незалежна держава у випадку, якщо вона і надалі має намір такою залишатися, не може не прагнути до контролю над своїм інформаційним простором. Таке прагнення спричинене багатьма різноплановими чинниками, що мають у той же час одну спільну рису – усі вони, у кінцевому підсумку, безпосередньо або опосередковано визначають безпеку держави, а отже, підлягають щонайменше фіксації й осмисленню. Адже цілком зрозуміло, що активне використання спільного з іншою державою інформаційного простору зумовлює необхідність усвідомлення як реальних, так і потенційних загроз такого використання.

Одним із постулатів минулої тоталітарної влади залишається так званий “синдром ворога”, який теж є чинником, що деформував політичну свідомість та залишає небагато шансів для будівництва принципово нового її типу, який є таким необхідним для розвитку майбутнього України.

Впливові й рейтингові вітчизняні ЗМІ, які переважно контролюються олігархами, не виконують своєї основної функції: об’єктивно та неупереджено інформувати громадян про події в державі і світі. Це призводить до того, що у «запалі боротьби» партійні та корпоративні інтереси беруть гору над інтересами держави, дозволяють формувати думку російським ЗМІ.

Тематичний спектр і тональність сюжетів провідних російських ЗМІ: Екологічні проблеми, ситуація в Криму, Релігійні проблеми, Катастрофи літаків, Мовні проблеми, Повідомлення СБУ, Закриття ЧАЕС, Засідання РНБОУ, Спільні навчання, Репортаж з українського села та ін.

Московська газета "Время новостєй" вважає, що Україні дорого будуть коштувати газові переговори з Європою в обхід Росії. Це видання вважає, що Києву загрожує не лише ще більше охолодження у політичних стосунках із Москвою, але й конкретніші санкції, - повідомляє Радіо Свобода .

"Время новостей" не виключає, що російський прем’єр Володимир Путін може передумати і забрати назад свої слова про те, що він не хоче "добивати партнера" (Україну), і таки запровадити згадані ним санкції щодо неповерненого боргу "Нафтогазу України", а також стати на відповідну позицію щодо 11 мільярдів газу опального нині "РосУкрЕнерго".

Московське видання також нагадує, що Тимошенко обіцяла Путіну спільно модернізувати українську газотранспортну систему, але у "підсумку зробила все навпаки". І останні "футбольні коментарі" українського прем’єра та слова щодо спільної газової декларації ЄС і Києва - "це просто перемога" - можуть викликати, як пише "Время новостей", "нові різкі слова з Москви"[34].

Російські ЗМІ багато інформації приділяють стрункам Росії та України з приводу Чорноморського флоту РФ. Багато країн не платять гроші за військові бази на території інших країн, а навпаки отримують кошти від держав-клієнтів, стверджує російське видання "Ведомости" в своїй редакційній статті. Стаття написана у відповідь на слова лідера Партії регіонів Віктора Януковича про необхідність підвищення орендної ставки для Чорноморського флоту РФ в Криму, яка зараз складає менше 100 мільйонів доларів на рік. Видання пише, що ціна за базу на території іншої держави залежить від місцеположення і значення об'єкту. Так, за оренду космодрому в Байконурі Росія щорічно виплачує Казахстану 115 млн. доларів, ще 20 млн. доларів - за оренду об'єктів ППО в Сарі-Шагані, база ВМФ в сирійському порту Тартус обходиться приблизно в 4 млн. доларів.

Західні держави по-різному розплачуються за перебування своїх військ. Великобританія не платить Кіпру за використання його землі ані пенса - за умовами договору бази вважаються суверенною британською територією. США платить вельми вибірково. Узбекистану за два роки оренди бази в Ханабаді виплатили 23 млн. доларів, Киргизстан в 2002-2006 роках за здачу аеропорту "Манас" отримував щорічно 2 млн. доларів, проте після наполегливих вимог Бішкека ціна була підвищена відразу в 75 разів: нинішня ціна - 150 млн. доларів.

"Втім, куди важливіше інше", - зазначає видання. - "Українські політики іноді міркують про значні компенсації, які отримують місцева влада в Західній Європі, Японії і Південній Кореї за використання їхніх земель під військові бази США".

Суми дійсно значні: 700 млн. доларів на японській Окінаві, 600 млн. доларів у Південній Кореї і 237 млн. доларів в Італії. Але платить ці гроші не Пентагон, а уряди приймаючих держав, стверджує редакція.

За її словами, "Росія теж може похвалитися безкоштовними базами в Білорусі, Таджикистані і Вірменії, проте, щоб не платити за оренду, Москві доводилося інвестувати в економіку цих країн значні суми".

"Москва навряд чи зможе переконати Київ в необхідності спільної оборони чорноморських берегів. А значить, їй треба заздалегідь продумати матеріальні вигоди, які здадуться Україні достатніми, щоб не вимагати виведення флоту з Севастополя", - пише видання. За його словами, "збереження або ліквідація бази російського Чорноморського флоту в Севастополі, термін оренди якої закінчується в 2017 році, - питання не стільки матеріальне і військове, скільки іміджеве".

"Відхід кораблів під андріївським прапором буде неприємною дипломатичною поразкою, особливо якщо пам'ятати про вітчизняну історію останніх 150 років. Росії доведеться витратити дуже багато сил, щоб зберегти бази в Криму", - вважає видання.

"Деякі політики вимагають, щоб Росія платила за кримські гектари за ринковою вартістю - близько 750 млн. доларів на рік. У світовій практиці подібних прикладів немає. Але ясно, що українські політики, незважаючи на світову практику і незалежно від того, наскільки вони проросійські, вимагатимуть підвищення плати.

За даними тижневика "Дзеркало тижня", Україна втрачає 1,5 мільярда доларів щорічно в результаті заниженої ставки орендної плати для чорноморських баз Російської Федерації. Зараз Росія платить 97 мільйонів доларів на рік. Ця сума списується Україні в рахунок погашення газового боргу (близько 1 мільярда доларів)[35].

## Висновки до розділу 2

1. Відсутні серйозної публікації російських політологів, культурологів, філософів, журналістів, у якій би державна незалежність України аналізувалася не з позицій великоросійської “дружби”, а з установкою на істинно партнерські відносини двох суверенних держав. Як наслідок – сама російська суспільна думка виявляється абсолютно не готовою до подібного співробітництва, вона продовжує репрезентувати реальний культурний обмін між нашими країнами винятково, у межах ідеологічного тиску.
2. Можемо стверджувати, що негативні тенденції розвитку інформаційного простору України, неефективність державної інформаційної політики, кризовий стан економіки країни створюють передумови для експансії інформаційного простору України російськими ЗМІ.
3. Низькі темпи розвитку інформаційної інфраструктури України знижують конкурентоспроможність вітчизняних виробників інформаційних послуг, стримують інтеграцію України в світовий інформаційний простір.

РОЗДІЛ 3. ТЕХНОЛОГІЇ ВПЛИВУ РФ НА ФОРМУВАННЯ

ГРОМАДСЬКОЇ Ї ДУМКИ В УКРАЇНІ

# 3.1 Факти, вплив, ЗМІ

Засоби масової інформації Росії мають значні специфічні можливості щодо оперативного та адекватного відображення дійсності, а значить, і можливості формування громадської думки. При цьому значною мірою, на думку професора А.Москаленка, впливають на політичну та соціально-економічну стабільність ефективні попереджувальні дії органів виконавчої влади та самоврядування, політиків і громадських діячів, що дозволяє не лише вчасно знімати соціальну напруженість, але й виховувати державницькі переконання серед широких верств населення.

Ефективно використовують і ефект збільшення інформаційного навантаження, коли обсяг інформації відволікає, дезорганізує її отримувача. Це дає змогу цільово переорієнтувати його на оціночні сприйняття, потрібні відправнику інформації. При цьому ведеться боротьба і за ініціативу в трактуванні чи замовленні «теми».

Своєрідним вищим пілотажем інформаційних технологій є при цьому використання ефекту напруженого очікування «цільове створення ситуації невизначеності, коли адресат очікує розкриття анонсованої теми чи, захоплений сюжетом, напружено очікує розв'язки» [36]. Такий психологічний прийом передбачає нагнітання ситуації, завищення можливої загрози, а то й залякування, після чого пропонують вигідне для «контролера» рішення.

Контроль над ЗМІ зручний і для застосування технології замовчування.

Використовують технології дезінформації, дифамації, створення образу зловмисника.

Під час розроблення та ведення інформаційних операцій ураховують й інші чинники, здатні впливати на людей. Різні мовні конструкції, семантичний ряд, тексти по-різному діють на аудиторію (поети, приміром, завжди були на вістрі революцій). Слово здатне не лише інформувати, а й програмувати, кодувати поведінку, що також використовують. Семантичний, мовний терор — одна з ознак ведення інформаційної операції. Об'єкт впливу ставлять в умови дискомфорту, а він, шукаючи рівноваги, просувається у визначеному «агресором» напрямі. Як «доважок» такого терору може бути використано цільовий витік інформації, поширення інформації або чуток, що нагнітають ситуацію[37].

Щоб впливати на свідомість, застосовують і візуальні (образотворче мистецтво, кіно), звукові (музика), інші прийоми.

Особливе місце у тактиці інформаційних воєн займає «проблема лідера». Вивчення комунікаційних зв'язків, уподобань «тих, хто ухвалює рішення», непомітне нав'язування їм каналів отримання інформації — з арсеналу інформаційної війни.

Розвиток інформаційних технологій дає підстави говорити і про якісно новий рівень власне прямого воєнного протистояння. Виникла реальна можливість відповідати на збройну агресію, використовуючи інформаційний вплив для нейтралізації комунікацій нападника на його території, дезорієнтування його економі­ки, ринків. Дослідники звертають увагу на асиметричний характер інформаційної зброї, загрози, що приховані в технологічній перевазі розвинених країн[38].

Політика Росії нині є лише раціональною, нинішні стосунки українських політичних сил із російською стороною дуже нагадують стосунки більшовиків із кайзерівською Німеччиною. Кожна політична сила прагне використати Росію у своїх інтересах (при цьому вести мову про захист інтересів Росії щодо більшості політичних сил не можна, вони захищають свої інтереси), а Росія прагне досягнути власної мети. У ЗМІ формується російська модель України, яку ця країна бажала б бачити, є в Україні виконавці для цієї моделі, є російська підтримка їх.

3.2 Технології створення іміжду української політики російськими ЗМІ

Відсутність повноцінного розуміння національною елітою та нацією загалом пріоритетності такого поняття як “національна солідарність ”, наявність такого чинника як вибори дозволяє російськім ЗМІ ефективно здійснювати кампанію дезінформації та дезорганізації в лавах українських політиків, урядовців, просто громадян. Проведення виборчої кампанії являє собою певну форму політичної конкуренції - боротьби за вплив на потенційних виборців тим чи іншим кандидатом або групою зацікавлених осіб. За своїм характером такі дії є аналогом конкурентному характеру ринкової економіки, а тому мають подібні підходи та технології.

Проаналізуємо деякі тексти російських ЗМІ, присвячені політичному життю України. Отже, політичний дискурс російських ЗМІ — це сукупність мас-медійних вербально-риторичних структур, які використовуються у журналістських текстах та політичних дискусіях і здійснюють вплив на політичну свідомість індивідів-реципієнтів та їх реакцію на перебіг політичних процесів.

Сучасний політичний дискурс засобів масової інформації України зазнає помітних змін. Перехід України від однієї політичної системи до іншої призвів до появи чисельної кількості інновацій, особливо в політичному дискурсі — як влади, так і ЗМІ. Адже саме в політичному дискурсі зафіксовані та щоденно відображають політичні ідеї та владні відносини.

Сучасна інформаційна політика РФ є одним із напрямів практичного втілення моделі більш жорсткого як внутрішньополітичного, так і зовнішньополітичного курсу, обґрунтованого президентом В. Путіним та його найближчим оточенням. Головним пріоритетом у відносинах РФ з країнами СНД, у тому числі і з Україною, проголошено власні національні інтереси РФ. У Концепції національної безпеки РФ вони трактуються таким чином, що зростання відцентрових процесів в СНД кваліфікується як одна з найбільших зовнішніх загроз. Відповідно до зазначеної Концепції країни СНД розглядаються як сфера переважних геостратегічних інтересів РФ, тому посилення будь-яких інших геополітичних гравців на пострадянському просторі розглядається як безпосередня загроза національній безпеці РФ.

Виходячи із зазначеної концепції, поразка під час президентських виборів 2004 р. провладного (та позірно проросійського) кандидата і перемога Помаранчевої революції були сприйняті російським політичним істеблішментом як загроза національній безпеці РФ, що виникла внаслідок активізації в Україні антиросійських сил та інтенсивного зовнішнього втручання. Тому використання ЗМІ як основного засобу інформаційної політики мало стати за логікою путінської адміністрації дієвим засобом відвернення цієї загрози. Тим більше, що прихід до влади "помаранчевої" команди створив небезпечний прецедент для авторитарного московського режиму, оскільки посилював можливість повторення аналогічних подій в інших пострадянських країнах чи навіть у самій Росії.

Тому основним лейтмотивом інформаційної політики РФ стосовно України (що реалізовувалась у конкретній практиці російських ЗМІ) стало намагання будь-якої ціною дискредитувати помаранчевий режим (по можливості - прискорити його відсторонення від влади) як у самій країні, так і за її межами. Доводиться констатувати, що саме ця генеральна лінія стала основоположною при відборі, підготовці та подачі інформаційних матеріалів про останні українські вибори.

У такій ситуації опинилася Україна після Помаранчевої революції 2004 року. Помаранчева символіка стала вже визнаним на міжнародному рівні брендом боротьби за «нове життя», чесність політики та демократизацію суспільства і влади (згадайте, як використовувалась помаранчева атрибутика під час протестів в Ізраїлі, як на знак підтримки депутати Європарламенту прийшли з помаранчевими шарфами і т.п.). Україна прагнула подати це як новий етап розвитку і початок нового, європейського, життя. Попри всі внутрішні політичні та економічні негаразди (які найчастіше мали зовнішнє коріння) почали робитися певні кроки до цього. І одразу зі сторони Російської Федерації (хоч опосередковано це робилося й за допомогою інших країн) почалася просто-таки війна, спрямована на нищення позитивного іміджу України та дискредитацію влади, а згодом і взагалі всіх подій на Майдані 2004 року.

У період до парламентських виборів 2006 року активно утверджувались і обґрунтовувались як у вітчизняних, так і зарубіжних ЗМІ наступні теми:

* "Захід дестабілізує Україну та Білорусь".
* "Помаранчева революція зазнала поразки".
* "Розкол України поглиблюється".
* "Послаблення ролі президента не дасть можливість Україні проводити модернізаційну політику".
* "Янукович є гарантом російського вибору України".
* "Україна стоїть перед альтернативою: на Захід, чи на Схід?".
* "Якщо Україна та Білорусь зійдуть з орбіти Росії, - їм загрожує криза".

У цьому відношенні керівні ідеологічні орієнтири та практичні прийоми російських ЗМІ при висвітленні українських парламентських виборів-2006 не демонстрували принципових відмінностей від тих, що застосовувались під час президентських виборів-2004.

Для висвітлення подій та перипетій українського виборчого процесу та, особливо, їх інтерпретації, у підконтрольних владі російських ЗМІ задовго до його початку був напрацьований ряд стереотипів стосовно розвитку ситуації в Україні. Ці пропагандистські кліше були створені близьким до російського керівництва експертним оточенням після перемоги Помаранчевої революції з метою виправдання зовнішньополітичних провалів самої Російської Федерації. Частіше від інших використовувалися такі стереотипи:

1) "Захід дестабілізує Україну та Білорусь". Насправді навпаки, західні уряди хотіли б запобігти нестабільності в цих країнах. Спокій на східних кордонах для них є пріоритетним, навіть, якщо він забезпечується не у зовсім демократичний спосіб. Саме тому Захід досить толерантно ставився до авторитарного режиму Л. Кучми протягом майже всього часу його існування. Побоюючись дестабілізації в Білорусі, європейські структури не ризикнули надати білоруській опозиції допомогу в обіцяному обсязі. Під час останніх українських виборів Захід, особливо європейські країни, утримувались від будь-яких дій, які могли б бути сприйняті як втручання у внутрішні справи України. Чільні діячі західних країн неодноразово підкреслювали у своїх публічних заявах, що нормальні відносини з Росією для них важливіші, ніж підтримка прозахідного вектору її сусідів.

2) "Помаранчева революція зазнала поразки". Це твердження ігнорує цілком очевидну річ - якраз революція уможливила реальний політичний плюралізм, у тому числі й серед "помаранчевих" сил. Завдяки її перемозі створена ситуація, коли правлячі сили вимушені ділитися владою з опозицією, якщо не зараз, то у майбутньому. Помаранчева революція надала політичному процесу незворотності відносно певних меж, незалежно від того, хто буде перебувати при владі. Україна ніколи більше не повернеться до кучмізму, її політичний клас не стане застосовувати насильства в боротьбі за владу і не захоче бути більше васалом Росії. Навіть невдачі "помаранчевих" працюють на закріплення цих досягнень революції, тому що змушують їх, з одного боку, консолідуватися, з іншого - домовлятися зі своїми вчорашніми противниками.

3) "Розкол України поглиблюється". Реальність не має нічого спільного зі сподіваннями кремлівських політтехнологів, які активно працювали заради поглиблення цього розколу. Про те, що штучно створюваний розкол України може бути подоланий свідчить, передусім, тяжіння її політичного класу до коаліційної політики. Сьогодні навіть східноукраїнська еліта, попри всю кон'юнктурну політичну риторику, прагне реалізовувати свої реальні економічні інтереси через державний суверенітет України, а не через її прив'язку до Росії.

4) "Послаблення ролі президента не дасть можливість Україні проводити модернізаційну політику". Тут якраз досвід самої Росії підтверджує, що наділення президента надзвичайно розширеними повноваженнями саме по собі не забезпечує проведення повноцінних системних реформ. Навпаки, перехід України до парламентсько-президентської системи правління змушує її проводити політику, яка враховує багатоманітність інтересів, а тому гарантує більш успішний розвиток. Досвід всіх перехідних суспільств демонструє, що парламентські та змішані політичні системи, зовні сповільнюючи хід реформ, роблять їх результати більш стійкими та соціально орієнтованими.

5) "Янукович є гарантом російського вибору України". Тут має місце нерозуміння політичної логіки та справжніх мотивів діяльності самого В. Януковича. У свій час, саме Л.Кучма, який позиціонував себе задля перемоги на виборах як прибічник "російського вибору", започаткував рух України до НАТО. Донецький олігархічний клан, інтереси якого виражає В. Янукович, вважається Кремлем провідником свого впливу в Україні (незважаючи на політику придушення власних російських олігархів). Насправді, "донецькі" більше зацікавлені у проникненні у західну економіку, де вони мають стратегічні інтереси та розміщають власні капітали. Однак, при цьому вони вміло використовують Росію для підживлення штучно законсервованої на Південному Сході економіки радянського зразка, що дозволяє отримувати надприбутки.

6) "Україна стоїть перед альтернативою: на Захід, чи на Схід?". У дійсності, український політичний клас здебільшого вже переріс рамки такої оманливої альтернативи, котра властива російському політичному класу, що звик мислити більш лінійно. Українську еліту вже не задовольняє кучмівський варіант багатовекторності, що зводився до суперечливих зиґзаґів то на Захід, то до Москви. Їй потрібна така формула зовнішньої політики, котра полегшила би рух на Захід, але зберегла б відносини з Москвою на рівні достатньому для амортизації можливих негативних наслідків початкового етапу цього руху. І хто б не став новим українським прем'єром, він змушений буде рухатися саме цією траєкторією.

7) "Якщо Україна та Білорусь зійдуть з орбіти Росії, - їм загрожує криза". Дійсно, Білорусі без російських субсидій та обом країнам без доступу на російський ринок буде важко зберегти теперішні, досить архаїчні, моделі своїх економік. Однак, подальше перебування у сфері російського впливу може тільки законсервувати їх відсталість та зробити їх подальший крах ще більш небезпечним.

Разом із тим помітно що ці усталені пропагандистські стереотипи імперської політичної свідомості зазнали певної адаптації та конкретизації з урахуванням реалій останньої виборчої кампанії в Україні. На відміну від 2004-2005 рр. результати виборів-2006 вже не відкидаються у цілому. Почасти це підтверджується й більш стриманою позицією (порівняно з попередніми виборами) офіційної Москви. І президент В. Путін, і МЗС РФ, і місія офіційних спостерігачів на виборах від РФ попри всі критичні зауваження визнали вибори такими, що відбулися. При цьому В. Путін заявив, зокрема, що "український народ зробив свій усвідомлений вибір".

У той же час, це не повинно створювати ніяких ілюзій стосовно можливості перегляду або пом'якшення зовнішньополітичного курсу Кремля щодо нинішньої української влади. Помаранчевий режим в Україні, як і раніше, залишається абсолютно неприйнятним для офіційної Москви. Різниця, у порівнянні з реакцією на попередні українські вибори, тільки у тому, що російські ЗМІ для досягнення своїх пропагандистських цілей прагнуть застосовувати все більш витончені технології маніпулювання масовою свідомістю, хоча при цьому не відмовляються повністю від уже апробованих.

Якщо раніше розвиток індустрії іміджу в пресі включав характеристику одягу, косметику, предмети інтер'єру і тому подібне. Поняття «імідж» уживалося тільки у вузькому значенні, який має на увазі тільки власне зовнішність (обличчя, зачіску, стиль одягу)[39].

То сьогодні поняття іміджу міцно увійшло до нашого життя, і в пресі про імідж міркують політики, бізнесмени, журналісти. У більшості публікацій це уявлення про імідж як про певну цінність, від наявності і якості якої залежить життєвий успіх особи, або успішність будь-якої діяльності[40].

При формуванні іміджу конкретної особи, пресі необхідно проаналізувати життя і діяльність людини. Преса – газети, журнали, інтернет-видання використовують класичні технології, що дозволяють використовувати різні методи: соціологічні, психологічні, педагогічні, культурологічні і інші методи, за допомогою яких виявляються істотні характеристики іміджу особи. Отримані в процесі формування іміджу особи пресою читачі або глядачі мають можливість самостійно зробити виводи, узагальнення.

Пресою можуть бути проведені дослідження формування враження, яке проводить чоловік в індивідуальному порядку, а також результати його діяльності.

Проведені спільно з колегами або певною особою у формі інтерв'ю, бесіди, діалогу, відвертої розмови. Результати такого роду досліджень лягають в основу формування іміджу конкретної людини.

Велику частку відомостей, у тому числі і про імідж, журналіст отримує в бесіді - безпосередньому мовному спілкуванні з особами, що мають те або інше відношення до ситуації, що вивчається. Бесіда відрізняється від інтерв'ю, перш за все тим, що все, що беруть участь в бесіді, равноправны у викладі власної думки або формулюванні питань. Бесіда – вид організованого мовного спілкування, який припускає виразне усвідомлення журналістом завдань, що стоять перед ним, і вироблення тактики для опису іміджу.

В процесі спілкування належить отримати п'ять груп даних: факти, думки, пояснення, прогнози, мовні прикмети співбесідника.

В ході формування іміджу використовуються наступні технології викладу матеріалу в друкарських і електронних ЗМІ. Описові технології - особливості особи розкриваються за допомогою автобіографічних фактів, важливих життєвих ситуацій. Шляхом перерахування його достоїнств, життєвих цілей і їх досягнень, найближчого сімейного оточення, характеристик від колег по роботі і друзів.

Спочатку дається загальна характеристика особи, і описуються найбільш значущі факту, узяті в цілому. А потім аналізуються або оцінюються окремі факти, або приватні життєві ситуації. Це дозволяє найточніше дати характеристику особи. Такий підхід до формування іміджу особи носить констатуючий характер, затверджує наявність або відсутність яких-небудь ознак.

При узагальненому оповіданні в ЗМІ відбиваються тільки типові риси характерні для даної людини. Таке інформаційне оповідання містить констатацію яких-небудь дій без їх конкретизації. Для характеристики особи ЗМІ використовують пояснювальну технологію. Вона будується на виведенні нових положень з початкових фактів. Відносини причинного проходження формують тут цілісну, логічно впорядковану картину проведеного дослідження. Такий підхід дозволяє адекватно відобразити причинно-наслідкові зв'язки в житті особи. Скористатися концепціями і теоріями, які лягли в основу дослідження іміджу. Допомагає відтворити авторську логіку журналіста або ведучого, які проводять дослідження і роблять виводи про даний імідж. Вони всесторонньо аналізує істинність фактів, тверджень, їх відповідність сучасним уявленням. Такий процес характеристики іміджу вимагає розкриття понять.

Основним способом викладу матеріалу є формально-логічний спосіб. Виклад складається з міркувань з метою доказу істин, виявлених в результаті дослідження фактів дійсності. Часто в пресі імідж визначається як цілеспрямовано створена або стихійно виникла форма віддзеркалення об'єкту в свідомості людей. Іноді імідж характеризують як експресивну, виразну сторону образу.

Стиль письмової мови преси – не безособовий монолог, а коментарі конкретного автора. Тому виклад ведеться від третьої особи «автор вважає». Відбувається вживання конструкцій, які виключають вживання займенників.

Основним видом жанрового оформлення тексту преси є есе, в них, імідж багато в чому зумовлюється об'єктивними характеристиками об'єкту, зокрема, імідж людини зумовлюється його психологічним типом і особою, їх відповідністю запитам часу і общества[41].

У друкарських текстах преси, яких характеризується імідж особи багато загального. Проте, оскільки кожна особа неповторювана, тому є своя неповторна текстова специфіка. Вона включає особові особливості:

* зовнішній вигляд, як говорите, одягаєтеся, дієте;
* уміння, поставу, характерні пози і жестикуляцію;
* одяг і аксесуари, оточення і компанію і так далі

Тексти відрізняються оригінальністю при характеристиці іміджу особи. Сучасна преса припускає наявність різноманітних форм і методик оформлення текстів. Публіцистичний стиль текстів так само пов'язаний з поняттями жанру. Проте якщо, враховуючи тенденції розвитку сучасного друкарського слова, то однією з головних є тенденція синтезування форм словотворення.

Характеристика іміджу пов'язано з поняттям диференціювання. Це об'єднання багато, різних по своїх завданнях і цільових установках жанрів в одному формоутворенні – матеріал і сюжет.

У пресі склалися певні правила сполучуваності багатьох слів, і використання певної лексики для характеристики іміджу осіб української еліти. Як правило, використовується лексичні конструкції і визначення оцінного характеру. Вони поєднуються з основним фактажом, узагальненнями і аналізом даних про конкретну особу. При характеристиці іміджу особи використовують:

* тексти, що відносяться до джерел, містять емпіричний матеріалі на яких будується дослідження, і робляться виводи про імідж.
* тексти, в яких особисто автор говорить про себе, сам себе коментує.
* тексти аналітичного характеру, в яких автор оцінює особу і її життєві успіхи. Цілісне сприйняття тексту в пресі дозволяє дати характеристику іміджу особи. Тому необхідно враховувати композиційні прийоми. Вони впливають безпосередньо на зміст тексту.
* використовують наочні прийоми - побудови матеріалу відображає послідовність і субординацію подій і фактів;
* методичні прийоми - відтворення структури авторського міркування.
* есеїстські прийоми - зіставлення авторських асоціацій, порівнянь, аналогій[42].

Політтехнології - це комплекс заходів (передусім інформаційних, але підкріплених відповідними організаційними, кадровими та фінансовими ресурсами) спрямованих на створення позитивного іміджу , та відповідно - послаблення позицій опонентів. Серед прийомів та засобів, якими користувалися російські ЗМІ для висвітлення українських виборів-2006 найбільш помітними були такі:

1. Нерівномірність висвітлення в пресі та надання ефірного часу представникам різних політичних сил - суб'єктів українських виборів. У матеріалах друкованих та електронних ЗМІ більшість нейтральних або позитивних матеріалів було присвячено Партії регіонів. Непропорційно багато уваги уділялось ПСПУ та її лідеру Н. Вітренко. Тобто, тим партіям, які позиціонували себе як антипомаранчеві та проросійські. Аналогічна картина спостерігалася і на російському телебаченні. Так, за висновками виборчого моніторингу телевізійних новин на російських каналах "РТР-планета", "ОРТ-международное" та "НТВ-мир" (три найвпливовіші російські телеканали, у тому числі й на території України), що проводився з 1 грудня 2005 р. по 26 березня 2006 р. комітетом "Рівність можливостей" та асоціацією "Спільний простір", "висвітлення виборів до Верховної Ради та органів місцевого самоврядування на російських каналах… було необ'єктивним та незбалансованим". Особливо в останні місяці подавалося багато негативної інформації про владу і про провладні партії, а про опозицію - позитивної. В середньому за один день за весь час моніторингу у новинах названих каналів про НСНУ подавалося 470 с (секунд) нейтральної інформації, у той же час про ПР - 1002 с. Щодо негативної інформації, то про ПР вона була практично відсутня, про НСНУ складала 277 с.

2. При відображенні відмінностей у теоретичних настановах та практиці провідних акторів парламентських перегонів, фокус уваги переміщався з дійсно актуальних політичних та економічних питань на штучно роздмухувані опозицією проблеми, як то - боротьба проти вступу до НАТО, тяжіння до ЄЕП, надання російській мові статусу другої державної і т. п.

3. Подача інформації щодо виборчої кампанії в Україні постійно вписувалася у загальний негативний контекст найболючіших проблем україно-російських відносин - газовий конфлікт, невирішені питання щодо використання ЧФ РФ у Криму маяків та інших об'єктів, заборона на експорт української молочної продукції в Росію тощо. Так, під час газового конфлікту простежувалася цікава тенденція: поки між Україною та Росією не було домовленості з газового питання, інформація подавалася виключно негативного забарвлення (іронічні та оціночні судження, коментарі політологів щодо неправильних дій уряду, інтерв'ю українських політиків з погрозами про імпічмент уряду та президенту). Після підписання газової угоди подача новин з України одразу стала більш врівноваженою. Це однозначно свідчить про керованість кампанії у російських ЗМІ з єдиного центру.

4. Підміна пріоритетів: увага аудиторії всіляко відволікалась від дійсно демократичного, чесного та прозорого характеру виборів у цілому і, натомість, переносилась на різноманітні недоліки у другорядних, технічних питаннях. Такими були, зокрема, великі черги на дільницях, складнощі сприйняття великого за обсягом бюлетеню, помилки при перекладі прізвищ у списках виборців, дрібні порушення на окремих дільницях і таке інше.

5. Широке застосування маніпуляцій та оціночних суджень у структурі самих інформаційних повідомлень. Їх тональність у більшості випадків носить критичний, іронічний, агресивний по відношенню до України та її влади характер. Мали місце чисельні приклади відвертих образ і навіть територіальних претензій до нашої держави. Відповідну функцію відігравав і підбір заголовків повідомлень. Типовими є, наприклад, такі: "Слабкий президент", "Він програв", "Партії непереможців", "Вибирати далі нікуди", ""Нашу Україну" з підтасовками спробують витягнути на друге місце", "ЦВК України готується до масштабних фальсифікацій, щоб не допустити до влади Януковича", "Антиросійська риторика - останній передвиборчий ресурс української влади", "Кримський виборець помер на дільниці" і т.д.

6. Застосування прямої дезінформації та відвертих провокацій, що використовуються потім, як інформаційні приводи. Чи не найбільша з них - "Спеціальне розслідування" каналу РТР про, начебто, будівництво під Києвом у гарнізоні "Макарів-11" секретної тюрми ЦРУ. Не можна визначити інакше ніж як провокацію нічим не мотивоване зняття з прямого ефіру каналом РТР запланованого напередодні інтерв'ю з Президентом України В. Ющенком. Таких прикладів можна привести багато. Таким чином, цілком очевидно, що викривлене, тенденційне та необ'єктивне відображення українських виборів у російських ЗМІ є спланованою, організованою та направленою інформаційною кампанією проти Української держави з боку російської влади [43].

Серед прийомів та засобів, якими користувалися російські ЗМІ для висвітлення українських виборів-2007 найбільш помітними були такі:

* Нерівномірність висвітлення в пресі та надання ефірного часу представникам різних політичних сил - суб'єктів українських виборів. про владу і про провладні партії, а про опозицію - позитивної.
* При відображенні відмінностей у теоретичних настановах та практиці провідних акторів парламентських перегонів, фокус уваги переміщався з дійсно актуальних політичних та економічних питань на штучно роздмухувані опозицією проблеми, як то - боротьба проти вступу до НАТО, тяжіння до ЄЕП, надання російській мові статусу другої державної і т. п.
* Підміна пріоритетів: увага аудиторії всіляко відволікалась від дійсно демократичного, чесного та прозорого характеру виборів у цілому і, натомість, переносилась на різноманітні недоліки у другорядних, технічних питаннях.
* Широке застосування маніпуляцій та оціночних суджень у структурі самих інформаційних повідомлень. Їх тональність у більшості випадків носить критичний, іронічний, агресивний по відношенню до України та її влади характер.

Можна чітко простежити наслідки цієї кампанії:

1. Необ'єктивне інформування громадян РФ про події в Україні, формування негативного ставлення громадської думки до України в цілому і, особливо, помаранчевої влади.

2. Підготовка підґрунтя, внаслідок цього, до легітимації жорсткого зовнішньополітичного курсу та прямого втручання у внутрішні справи України.

3. Виправдання (під виглядом необхідності протистояння "помаранчевій загрозі") поступового згортання громадянських прав та свобод і посилення авторитарних тенденцій всередині РФ.

4. Психологічний тиск на українську аудиторію російських мас-медіа, та пряме втручання, таким чином, у виборчий процес.

5. Негативний вплив на міжнародний імідж України. Тут варто згадати, що значна кількість емігрантів з колишнього СРСР та держав СНД, які зараз проживають у Західній Європі, США, Канаді, Австралії, Ізраїлі та інших країнах є споживачами російських інформаційних продуктів і, через це, опосередковано впливають на формування громадської думки в цих країнах.

Політтехнології - це комплекс заходів (передусім інформаційних, але підкріплених відповідними організаційними, кадровими та фінансовими ресурсами) спрямованих на створення позитивного іміджу , та відповідно - послаблення позицій опонентів. Визначено, що створення іміджу політика в рамках виборчої кампанії - це серія кроків, які носять технологічний характер, мова йде про методи підготовки, організацію і впровадження іміджу[44].

Політичний маркетинг, політичний менеджмент, PR, політична реклама та пропаганда використовуються як технології створення іміджу політичного лідера. В політичному маркетингу і політичному менеджменті віддзеркалюються процеси, пов’язані з аналізом суспільно-політичної ситуації, визначенням стратегії і тактики впливу на настрої і поведінку електорату, форми і методи підготовки і проведення виборчої кампанії. PR – діяльність, яка пов’язана із знаходженням взаєморозуміння між будь-якою організацією та громадськістю[45].

Політична реклама формує імідж людей, ідей, програм та політичних поглядів, вона переважно застосовується під час виборчих кампаній, і здійснюється через ЗМІ: радіо, телебачення, газети. Між PR і політичною рекламою є спільне: вирішуються одні задачі, і різниця - в методах досягнення поставленої задачі.

Пропаганда - це вид масової комунікації, вона являється одним із засобів політичної маніпуляції. Пропаганда орієнтується на колективне несвідоме, її об’єктом стає маса, вона перетворює особистість в натовп і втягує її в певну діяльність.

## Висновки до розділу 3

* В український інформаційний простір нині так широко втручаються передовсім електронні мас-медіа Росії, передаючи часто сфальшовану інформацію, інтерпретуючи факти у вигідному їм світлі, не пропускаючи нагоди поглузувати над помилками українського найвищого керівництва.
* Росія не веде системної інформаційної війни з Україною. Це – єдине порушення системності в її інформаційній політиці.
* Російські ЗМІ так часто намагаються змалювати негативний образ України та української еліти – довести, що Україна не може самостійно вирішувати свої проблеми і на основі цього повернути Україну орбіту інтересів Москви чи створити з нею якісь спільні політичні або економічні державні утворення.
* Завдяки спільності українсько-російського інформаційного простору Росія має можливість істотно впливати на будь-які, в тому числі політичну й ідеологічну сфери українсько-російських відносин, що не виключає спроби реалізації і таких, зокрема, цілей, які суперечать завданню збереження України у статусі незалежної держави.
* Велика частина постсовєтської аудиторії відбирає цю інформацію через західні цінності і порівнює її з інформацією подану російськими ЗМІ, отриманою від її медіа, таким чином формуючи власні точки зору.

# ВИСНОВКИ

У демократичному суспільстві, основою, стрижнем політики є політична комунікація, політичний дискурс, який дозволяє синхронізувати життя суспільства як єдиного організму. Розрізняючи політичний дискурс і політичний дискурс ЗМІ (у першому випадку словом, жестом промовляє влада, у другому — ЗМІ, які є рупором влади), називатимемо обидва “політичним дискурсом ”. Політичний дискурс ЗМІ є репрезентацією дискурсу влади та її політики. ЗМІ являють собою найвагоміший комунікативний осередок, через який відбувається інформаційний обмін у суспільстві, формуються загальні соціальні настрої, розвивається суспільна свідомість. Усе це вимагає чітких етичних орієнтирів. Свобода думки і слова, вільне виявлення громадянами своїх поглядів і переконань є одним з головних чинників розбудови правової демократичної держави як другого етапу розбудови української України. Саме тому захист прав людини на інформацію, свободу думки і слова, на вільне висловлення своєї позиції повинен стати одним із пріоритетів всього українського суспільства.

Формування громадської думки в Україні відбувається за умов пострадянських соціально-економічних та політичних трансформацій, що істотно позначається на її характері та особливостях. Загалом за роки незалежності спостерігаються два процеси, що безпосередньо впливають на формування громадської думки, – зменшення публічної активності переважної більшості громадян та концентрація їхніх зусиль на приватній сфері. Це позначається на тому, що більшість інформації щодо подій громадського життя громадяни отримують завдяки ЗМІ.

Натомість публічна громадська активність пересічного українця вкрай незначна. Особистий досвід не відіграє значної ролі у сприйнятті, оцінці та інтерпретації громадянином поточних подій суспільно-політичного життя. Водночас політичні преференції значною мірою опосередковуються історичними та соціокультурними стереотипами, що позначається на ставленні до тих чи тих політичних сил.

Внаслідок цього громадська думка стає об’єктом для маніпуляцій з боку певних політичних сил, а оцінка історичного минулого виявляється впливовим політичним чинником. Зокрема, це стосується і проблеми регіонального поділу України – регіональні соціокультурні та історичні відмінності уможливлюють їхнє використання в поточній політичній боротьбі, внаслідок чого ідеологічні відмінності відступають на другий план. Визначальну роль у цьому процесі відіграють ЗМІ як головне джерело інформації про актуальне суспільно-політичне життя.

Немає сумніву, що роль друкованої преси, або так званої газетної індустрії у всьому світі дещо скорочується. Незважаючи на це, за висновками статистики, серед тих, хто віддає перевагу телебаченню, все ж багато таких, які читають газети та журнали, отримують різноманітні бюлетені, листівки рекламного характеру тощо. Незважаючи на обмеженість впливу друкованих видань під час виборчих кампаній у порівнянні з телебаченням в Україні, пов'язану, в тому числі, і з погіршенням рівню життя, роль друкованих видань значна та потребує додаткового вивчення. Хоч взаємовідносини преси і влади вже тривалий час досліджуються науковцями, нові умови життєдіяльності української держави, поява за відносно короткий період часу чималої кількості нових друкованих видань, політичних партій та намагання політичних сил відверто використовувати пресу для впливу на електорат вимагає ретельних досліджень методів і засобів впливу преси на електорат передусім для забезпечення можливості побудови методологічної основи для оптимізації впливу ЗМІ.

Інформаційний простір завдяки нашим досить недосконалим законам виявився перенасиченим не українськими інформаційними потоками, ідеями і символами інших культур. Результатом цього є намагання витіснити вітчизняні засоби масової інформації з внутрішнього ринку, нездатність їх вийти у світовий інформаційний простір.

Сучасний етап розвитку українського суспільства потребує правдивого, оперативного та впливового висвітлення пресою всіх внутрішньополітичних процесів у державі, що створюватиме конкурентоспроможний інформаційний простір. За висновком заступника секретаря Ради національної безпеки і оборони України О.Бєлова, який безпосередньо займався розробкою Концепції інформаційної безпеки держави, “сьогодні національний інформаційний простір ще не є конкурентоспроможним, тому відчувається певний тиск збоку інших, більш розвинутих ЗМІ в Україні”. Показово, що після затвердження Концепції національної безпеки, де однією з восьми галузей визначено інформаційну безпеку держави, інформаційна експансія з боку іноземних держав не тільки згадується як одна з головних загроз національній інформаційній безпеці України, а й наголошується, що в разі неспроможності України увійти до світової інформаційної системи в якості самостійного гравця, незалежність і суверенітет держави стане проблематичним питанням.

Окрім того, важливою є роль ЗМІ національної системи цінностей та власне національної ідеї. Варто згадати, що на діяльність преси періоду становлення впливають нові важливі аспекти, які не повинні залишатися поза увагою науки: розпад СРСР значно розпорошив суспільство у політичних орієнтаціях і через відсутність в державі електоральних традицій можна стверджувати, що другі вільні парламентські вибори фактично були першими після ейфорії на гребені незалежності; сама преса в Україні ще переживає період розбудови, ще не завершився етап розуміння журналістами правил демократичного суспільства, тому діяльність самої преси у період виборчих кампаній, що відбулися, потребує детального вивчення. Це надає можливість визначити ступінь “демократизації” та політичної структурованості сучасного українського суспільства з одного боку, та об’єктивно оцінити ступінь розвинутості самих друкованих видань в державі.

Російські ЗМІ постійно переконують глядачів та читачів у серйозності власних аргументів. Так, "Независимая газета" аналізує можливості поліпшення україно-російських відносин і наводить думку експертів, які вважають, що це неможливо зробити без участі президентів двох держав. Вони відзначають також, що наступного року ситуація може навіть погіршитися. Найгострішими проблемами, що зараз обговорюються, стало постачання газу в Україну - у контексті нерозв'язаних боргових проблем та обіцяного "Газпромом" припинення постачання газу із 1 січня, вважають автори публікації. З цим пов'язане також друге важливе питання - встановлення у 2009 році жорсткішого режиму торгівлі між двома країнами. Політичний контекст двосторонніх відносин ускладнений з літа, після російсько-грузинської війни, припускає газета і нагадує читачам, що Москва звинувачує Київ у постачанні зброї Тбілісі, а Київ посилив умови пересування Чорноморського флоту РФ морською ділянкою української території.

Російські ЗМІ продовжили коментувати проблему розширення НАТО. Наприклад "The International Herald Tribune" нагадує, що на саміті Альянсу в Брюсселі міністри закордонних справ НАТО вирішили "відкласти на невизначений термін" питання щодо вступу до організації України та Грузії, і робить висновок, що ці країни не будуть прийняті до Альянсу, доки "Німеччина та інші країни Європи на будуть впевнені, що через це не постраждають відносини з Росією".

Сьогодні не менш як 80 відсотків громадян України називають телебачення своїм головним джерелом інформації. Але значна частина населення нашої країни не тільки існує в інформаційному полі Росії, а, більш того, надає саме йому перевагу. Ці тенденції донедавна були притаманні багатьом державам СНД. Внаслідок цього російські електронні ЗМІ не тільки одноосібно формують уявлення про Україну на величезних просторах Співдружності, а й досить часто стають активними учасниками внутрішньополітичних процесів у самій Україні. Отже, медіа-політика російських ЗМІ стає суттєвим чинником українсько-російських відносин.

Необхідно дотримуватись інформаційної безпеки – це захищеність інформаційного простору від інформаційної агресії. У деяких країнах, зокрема Росії, існують доктрини інформаційних війн, створені спеціальні структури для розробки і проведення підривних інформаційних операцій. Сьогодні український інформаційний простір зазнає систематичної агресії ззовні і майже тотально контролюється російськими ЗМІ. Серед «вразливих точок» українського медіапростору, зменшення кількості українського сегменту в книговидавництві та ЗМІ, це свідчить про необхідність законодавчих змін для захисту та зміцнення національного інформаційного простору.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Joseph S. Nye Soft Power: The Means to Success in World Politics , 2004.

Крупський І. Електронні мас-медіа України від тоталітарного до пострадянського суспільства: хто і як формував інформаційний простір держави // Телевізійна йрадіожурналістика. Збірник науково-методичних праць. – Львів, 2005. – Вип. 6. –С.139 – 150

Дубас О. Інформаційний розвиток сучасної України у світовому контексті. – К.: „Генеза”, 2004. – 207 с.

Здоровега В.Й. Теорія і методика журналістської творчості: Підручник. – Л.: ПАІС, 2004. – 268 с

Липпман У. Общественное мнение / У. Липпман ; пер. с англ. – М., 2004. – 384 с.

Фишман М. Волны преступности как идеология / М. Фишман // Средства массовой коммуникации и социальные проблемы: Хрестоматия / пер. с англ., сост. И.Г. Ясавеев. – Казань, 2000. С. 86-114.

Почепцов Г.Г. Теорія комунікації. – К.: РВЦ Київський університет, 1999. – 308 с.

Бахтин М.М. Проблема диалогической речи // Собр. соч. в 7 т., Т. 5. – М.: Русские словари, 1996. – 730 с. - С. 209 - 218. 3. Бахтин М.М. Тетралогия / Сост., текстолог. подготовка, научный аппарат И. В. Пашкова. Комментарии В.Л. Михлина, Н.К. Бонецкой, В.М. Алпатова, Н.Л. Васильева, И.П. Пешкова. - М.: Лабиринт, 1998. - 608 с.

Попов В.Б. О перспективах развития теории социальной коммуникации. Размышления по поводу учебного пособия (Ситниченко Л. Першоджерела комунікативої філософії – К.: Либідь, 1996. – 176 с.) // Філософські дослідження. Збірник наукових праць Східноукраїнського націоналльного університету. – Випуск 1. – Луганськ, 2000. – 216 с.

SMI.RU. Маршал Маклюэн и информационные войны.[ел.ресурс] Режим доступу: http://www.smi.ru/2000/01/ 14/947797776.html

Кулицький С. Інформаційні потреби пострадянської економіки та проблеми їх задоволення. // Суспільні реформи та становлення громадянського суспільства в Україні: Матеріали наук.-практ. конф. / За заг. Ред. В.І. Лугового, В.М. Князєва. – К.: Вид-во УАДУ, 2001.– с. 267-269.

Вплив ЗМІ на демократизацію політичного життя України // Нова політика. – № 6.– 2001. – С. 26-29.

Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека / М. Маклюэн ; пер. с англ. – М., 2003. – 462с.

1. Феоктистова Илсэяр Рустамовна Проблема имиджа постсоветской России: Дис. ... канд. ист. наук : 23.00.01 Казань, 2005 218 с.

Богдан Червак «Як виграти інформаційну війну» .[ел.ресурс] Режим доступу: http://www.pravda.com.ua/news/2006/5/29/42237.htm

Олександр Леонов «Імідж України у дзеркалі російських електронних ЗМІ» .[ел.ресурс] Режим доступу:http://www.inhsi.info/ukr-ros/zmi/leonov0012.htm

Чернов А. Становление глобального информационного общества. Проблемы и перспективы. — М., 2003.

Воронов І. Глобалізація і політика. Реалії і перспективи соціальних трансформацій. — К., 2004.

Вартанова Е. Информационное общество в стратегии Европейского Союза. .[ел.ресурс] Режим доступу: http://internews.ras.ru/zip/43evrope.hlml.

Головатий М. Глобалізація як засіб знищення національних держав // ПЕРСОНАЛ. — 2004. — № 11.

Білорус О. Глобалізація і національна стратегія України. — Броди, 2001.

Ольга Герасим'юк: Російські ЗМІ розігрують сценарій розколу України, написаний у їхній же країні.[ел.ресурс] Режим доступу: http://www.telekritika.ua/news/2007-04-06/32163

Україна досі сприймається в ЄС через російські ЗМІ .[ел.ресурс] Режим доступу: http://www.uceps.org/ukr/expert.php?news\_id=952

Клочковська Г. Інформаційний простір, який ми програли?// День, 2009. 22 квітня с.1

Інформаційний простір України здався в полон Росії, а телебачення і радіо стали антидержавними.[ел.ресурс] Режим доступу: http://telekritika.ua/news/2008-05-08/38259

Російські ЗМІ вийшли на тропу війни? .[ел.ресурс] Режим доступу: http://www.patent.net.ua/intellectus/interesting/facts/279/ua.html

Україна у фокусі зарубіжних ЗМІ .[ел.ресурс] Режим доступу: http://www.utr.tv/news/?id=18684

Взгляд – деловая газета.[ел.ресурс] Режим доступу: //http://www.vz.ru/society/2008/4/8/158219.html

Російські ЗМІ свідомо перекручують інформацію міністра Вакарчука про «повну ліквідацію російської мови в системі освіти України» [ел.ресурс] Режим доступу: h ttp://zik.com.ua/ua/news/2008/04/10/132889

www .Ozon.ru, www.delokrat.ru

Конструирование имиджа региона российскими средствами массовой информации : дис. ... канд. социол. наук / Р.Н. Мингалеев ; Казан. гос. технол. ун-т. – Казань, 2004. – 171с.

Володенков С.В. Информационно-психологические войны и массовое сознание .[ел.ресурс] Режим доступу: http://pr.philos.msu.ru/volod2.html

Спільний українсько-російський інформаційний простір як зона можливого соціокультурного впливу на Україну.[ел.ресурс] Режим доступу: http://niurr.gov.ua/ukr/publishing/panorama3\_4

Путін відомстить Україні за спробу позбутися енергетичної залежності, - російські ЗМІ .[ел.ресурс] Режим доступу: http://rpl.net.ua/2009/03/25/putn\_vdomstit\_ukran\_za\_sprobu\_pozbutisja\_energetichno\_zalezhnost\_\_rosjjsk\_zm.html

Російські ЗМІ пропонують наслідувати світовий досвід і не платити за базування ЧФ .[ел.ресурс] Режим доступу: http://palm.newsru.ua/ukraine/24oct2008/vedomosti.html

Ольшанский Д. Политический PR. — СПб., 2003.

Доценко Е. Психология манипулирования: феномены, механизмы и защита. –М.: МГУ, 1996. – 344 с.

Почепцов Г.Г. Комуникативные технологии двадцатого века. – М.: „Рефл-бук”, „Ваклер”, 2001. – 352 с.

Имидж лидера / отв. ред. Е.В. Егорова-Гантман. – М., 1994. – 264 с.;

1. Перелыгина Е.Б. Психология имиджа. – М., 2002. – 221 с.

Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации – М, 1998 – С.24.

1. Лазутина Г.В. Технология и методика журналистского творчества. -М.: Изд-во МГУ, 1988.–С. 24-35.

Відділ соціальних відносин та громадянського суспільства НІСД «Російські ЗМІ про підсумки парламентських виборів в Україні» [ел.ресурс] Режим доступу: http://www.niss.gov.ua

1. Федоров И.А. Имидж как программирование поведения людей / И.А. Федоров. – Рязань, 1997. – 235 с.

Соловьев А.И. Политология: Политическая теория, политические технологии: Учебник для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 559 с.