

## РОЛЬ РЕГІОНАЛЬНОГО ДЕРЖАВНОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ УКРАЇНИ ПІД ЧАС ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ

Людмила Путькалець

*Львівський національний університет імені Івана Франка,  
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, м. Львів, Україна,  
e-mail: lputkalec@ukr.net*

Досліджено роль державного телебачення України в інформаційній війні, яку веде Росія. Російські телеканали використовують маніпулятивні технології, щоб впливати на свідомість громадськості. Відтак українські засоби масової інформації змушені реагувати, щоб виграти в інформаційній війні.

*Ключові слова:* журналістика, засоби масової інформації, телебачення, телевізійна програма, аудиторія, комунікація, маніпуляція, інформаційний простір, інформаційна війна.

Росія веде інформаційну війну проти України вже до 20 років. У пропаганді країни використовує насамперед засоби масової інформації, намагається впливати на свідомість громадськості також за допомогою книжок і фільмів. Спотворену інформацію про Україну російські мас-медіа поширюють у світі.

У 2014 році Росія посилила інформаційну війну та реальні військові дії. Відтак дослідження набуло актуальності, оскільки аудиторії необхідно навчитися розпізнавати маніпуляцію. А мас-медіа України повинні спростовувати неправдиву інформацію російських ЗМІ.

Ми досліджуємо, як перемогти агресора в інформаційній війні. Завдання – визначити початок інформаційної війни в Україні, простежити її розвиток, дослідити мету агресора та його засоби впливу. У науковій роботі ми пропонуємо методи боротьби з агресором в інформаційній війні, досліджуємо маніпулятивні технології російських засобів масової інформації.

Інформаційну війну Росії проти України досліджував доктор юридичних наук, голова Національної експертної комісії України з питань захисту суспільної моралі Василь Костицький. Результати дослідження він озвучив в ефірі Тернопільської державної телерадіокомпанії у програмі „Актуально”. „Українська влада, на жаль, проспала початок інформаційної війни та її розвиток. Антиукраїнська інформаційна кампанія вже ведеться щонайменше 15 років. А підготовчий етап цієї інформаційної війни, захоплення плацдарму, почалося після відновлення незалежності України. Оскільки саме тоді в Україні почала з’являтися європейська та американська інформаційна продукція, яку російські засоби масової інформації намагалися дискредитувати. Щодо української інформаційної продукції, то влада не дбала про її розвиток” [10].

Експерти радять відповідати на інформаційну війну Росії правдою. Українські засоби масової інформації повинні розповідати правду про ситуацію в Україні та спростову-

вати домисли і спотворену інформацію російських мас-медіа. Правду треба навчитися говорити насамперед собі, потім іншим і світові.

Національна експертна комісія з питань захисту суспільної моралі провела моніторинг інформаційної продукції в Україні у 2013 році. Відтак з двохсот серіалів, сотні шоу та шістдесяті мультфільмів вісімдесят відсотків вироблено у Росії. Таким чином антиукраїнська інформаційна війна полягала у захопленні інформаційного ринку.

Українцям намагаються насадити невластиві їм стандарти, які стосуються нетерпимості. Український народ – це політична нація, яка з повагою ставиться до інших націй. В Україні є міжнаціональна та міжконфесійна злагода. Однак цю злагоду намагається порушити Росія, продовжуючи інформаційну війну. В Україні працює Рада церков, до якої належать представники більшості релігійних організацій, які мирно співіснують. Крім того, в Україні намагаються пропагувати здоровий спосіб життя та проводити антиалкогольну кампанію. Проте цим діям є протидія з боку Росії, яку не влаштовує моральність і толерантність українців. Відтак до України починають заходити нові стандарти через російську інформаційну продукцію. Наслідки – високий рівень корупції, поширення алкоголізму. Ці проблеми загострилися в Україні внаслідок впливу російської інформаційної продукції. Оскільки у російських серіалах, які заповнюють наш телевізійний простір, пропагується корупція, алкоголізм та інші негативні явища. Зокрема, по українському телебаченню показують „Ментів”, „Глухарів”, „Бригади”, у цих серіалах позитивними героями є міліціонери та політики, які беруть хабарі або вирішують проблеми за допомогою корупції.

Антиалкогольна кампанія, яку проводить Україна, не влаштовує Росію та виробників спирту. Відтак у російській інформаційній продукції пропагується вживання алкоголю. Як наслідок – Україна виходить у лідери світу з вживання алкоголю. На кожного українця припадає дванадцять літрів спирту на рік.

Реальні військові дії Росії завжди супроводжувалися інформаційною війною. Підтвердженням є створення у Росії комп'ютерної гри „Майдан”, старт якої відбувся після анексії Криму.

Російські засоби масової інформації намагаються вплинути на емоції аудиторії. Відтак завдання пропагандистської машини – поширювати те, у що повірять. Як наслідок – про українців у російського населення складається негативний образ, формуються переконання, які потім змінити важко, навіть якщо говориш правду. Оскільки упереджене ставлення часто буває сильнішим за факти.

Інформаційні випуски російського телебачення не обходяться без вигадок про Україну. Українські ЗМІ реагують не на всі повідомлення. Відтак Україна відстає в інформаційній війні. Наслідок – люди вірять у неправду російських мас-медіа, оскільки не чують спростувань від українських ЗМІ. Під час інформаційної війни на дії агресора необхідно відповідати правдою. Якщо мовчати, шансів виграти війну немає.

В Україні необхідна чітка програма дій в інформаційній війні. Насамперед варто моніторити російські засоби масової інформації, треба не лише моніторити, а й узагальнювати, робити висновки, розкривати маніпулятивні технології. У російських мас-медіа маніпуляції чимало. Необхідною є робота експертів, які б могли розпізнати

маніпулятивні технології. Про способи маніпуляції свідомістю аудиторії написані книжки, їх вивчають на факультетах журналістики. Застосовують маніпулятивні технології, щоб управляти суспільством.

Російські ЗМІ найбільше впливають на громадян Російської Федерації. Оскільки в Україні, за соціальними дослідженнями, їх дивиться лише 9 % населення. Особливо аудиторія різниться за регіональними ознаками. „На Західній Україні політичні новини на російських телеканалах дивиться лише два відсотки населення. В Центральній Україні – 5 %, на Східній Україні – 18 %. Найбільше дивляться ці канали в Криму – 28 % населення, проте – це не більшість кримчан. У Криму надають перевагу „Інтеру” – 69 %, телеканалу „Україна” – 30 %” [10]. Значна частина кримчан звикла дізнаватися політичні новини з українських телеканалів, відключення яких у Криму є ознакою авторитарного режиму. Оскільки людей позбавили звичних для них засобів масової інформації.

Окремі журналістикознавці вважають, що вплив російських мас-медіа не варто перебільшувати. Оскільки при сприйнятті інформації люди виходять зі своїх установок, які змінити складно. Однак на інформаційну війну, безумовно, треба реагувати. „Відповіді з українського боку важко назвати успішними. Ми намагаємося вести інформаційну війну за допомогою симетричних дій. У Криму відключають українські телеканали, ми те ж саме робимо з російськими. Це шлях, який призведе до поразки. Відключення російських телеканалів проблем не вирішує. Бо якщо вони б'ють наших журналістів, ми не повинні вдаватися до аналогічних дій. Російські медіа діють на чужій території з чужою аудиторією. Українські ж медіа повинні викликати довіру від громадян держави. Те, що відбувається в Криму, на Східній Україні – результат того, що жителі цих регіонів вважають, що їхню точку зору українські медіа не представляють. Вихід із цієї ситуації в тому, щоб представляти інтереси населення з різних регіонів України” [10].

Під час інформаційної війни деякі мас-медіа забувають про основи журналістики. Зокрема, неприпустимо, щоб під час прямого ефіру на центральних телеканалах озвучували неперевірену інформацію із соціальних мереж. В інформаційній війні важливо насамперед говорити правду, потрібний також баланс інформації та представлення точок зору людей з різних регіонів України. Якщо повідомили неправдиву або перекручену інформацію, необхідним є спростування. Лише у такому випадку можна здобувати довіру в аудиторії, а відтак і перемагати в інформаційній війні.

Відповіддю на інформаційну війну Росії стало створення сайту [www.stopfake.org](http://www.stopfake.org), завдання якого спростовувати міфи російських ЗМІ. Матеріали на сайті публікують російською та англійською мовами. Сайт набуває популярності не лише в Україні, а й за кордоном, також у Росії.

Роль журналістів у інформаційній війні надзвичайно велика. Російська журналістика використовується наразі як дуже ефективний інструмент проти України. Відтак щодо сайту, який розвінчує російські міфи, то це ініціатива українських журналістів. Вони працюють безкоштовно. „Хтось пише матеріали, хтось перевіряє, хтось перекладає. Очевидно, що журналісти роблять якісь кроки, але їх треба робити ще більше, а ще урізноманітнювати. Адже з російського боку – це цілеспрямована діяльність, яка підтримується урядом. На це працюють потужні канали. Багато матеріалів розміщують

у закордонних ЗМІ. Відтак відповідні ініціативи повинні підтримуватися також нашим Урядом. Однак десятиліттями у плані інформаційної безпеки України нічого не робили. Тому у стислі терміни надолужити пропущене складно, проте є позитивні приклади. МЗС працює ефективно у соціальних медіа, їх твіттер-акаунт розвивається надзвичайно швидко. Інформацію друкують також англійською мовою, це знаходить відгук серед західних журналістів. Якщо й інші міністерства почнуть активніше працювати у соціальних мережах, це буде дуже корисно для нашої спільної справи” [10].

Серед маніпулятивних засобів, які використовують російські мас-медіа, найбільш поширена дезінформація. Вони працюють за принципом класика дезінформації Гебельса – чим жахливіша брехня, тим більше шансів, що у неї повірять. На російському телебаченні періодично з’являються сюжети з підставними героями, дуже багато видуманої, нічим не аргументованої інформації. Більшість таких матеріалів стосується української армії, яка нібито „знущається” з жителів Східної України.

За допомогою дезінформації російські ЗМІ намагаються створити іншу інформаційну реальність. Люди, які дивляться тільки російські канали, живуть у цій реальності. Ще одна маніпулятивна технологія – спіраль замовчування. Коли люди упродовж тривалого часу отримують однобоку інформацію, починають формуватися установки, які потім змінити важко. „Це стосується не тільки росіян, а й значної частини кримчан. Це накладається на цілу низку міфів, що продукується російськими медіа. Наприклад, натопт біженців начебто на українському східному кордоні. Цей сюжет знімався у ярмарковій вихідній, коли українці їдуть до Польщі, а поляки відвідують Україну” [9].

Ще одна маніпулятивна технологія – створення контексту. Коли Росія захоплювала Крим, то показувала по телебаченню „небезпечних бандерівців” і добрих росіян, які готові врятувати українців.

Російське телебачення в інформаційних програмах показує постановочні сюжети, які знімали в театральному антуражі. Ці матеріали подають як оперативні новини з місця події.

Відтак Росія використовує для інформаційної війни проти України всі сили і засоби. Українські журналісти намагаються давати відсіч, спростовуючи неправдиві факти російських ЗМІ. Однак для перемоги в інформаційній війні українцям боротися треба більш наполегливо. Окрім журналістів і політтехнологів до боротьби повинна долучатися влада. Вона може не лише щось коментувати, а й вдаватися до більш рішучих дій.

Для українців важливою є інформація про те, як витрачають кошти з державного бюджету, скільки виділяють на потреби армії, скільки на зарплати військовим. Потрібно, щоб представники влади пояснювали громадянам України про реальний стан справ. Важливо також, щоб громадяни відчували, що їхня думка важлива, що влада звертає увагу на їхні потреби і турбується про них. Тоді довіра до влади буде зростати. Нині у засобах масової інформації України мало таких повідомлень. Відтак у громадян з’являється відчуття, що влада нічого доброго не робить.

Також в умовах інформаційної війни важливо показувати, що українці єдині. Актуальними будуть сюжети про солідарність жителів сходу та заходу країни.

Щоб виграти інформаційну війну, треба бути активним також в Інтернеті, доступ до якого мають і жителі Східної України, і кримчани, і росіяни. „Хто хоче знати

правду, може знаходити інформацію в Інтернеті. Мета тих, хто відключає українське телебачення в Криму – створити російське інформаційне середовище, щоб кримчани перебували у відчутті, що вони живуть у Росії. Проблема в тому, якби ці люди були частиною українського інформаційного середовища, це б викликало супротив. На жаль, не існувало повноцінної російськомовної пропозиції. З одного боку це нормально, адже мова творить країну. Якщо б усі розмовляли українською, не було б проблем із самовизначенням і цілісністю країни. Але у нас інші реалії. Це великий програш України і українських майданів” [9].

Якби в усіх регіонах України розмовляли українською мовою, проблем самоідентифікації українців не виникало б. Відтак мовний аспект в інформаційній війні відіграє також велику роль. Росія використовує факт двомовності України, розповідаючи історії про те як „українськомовні бандерівці знушаються над російськомовними жителями Східної та Південної України”. Російські засоби масової інформації про Україну розповідають тільки під кремлівським кутом зору. Метод суб’єктивізму – один з головних в інформаційній війні. Як наслідок – у населення з’являються установки, а відтак і переконання щодо ситуації в Україні. Потім змінити ці переконання надзвичайно складно. Тому росіяни починають ставитися вороже до патріотів-українців, які розмовляють українською мовою та відстоюють незалежність своєї Батьківщини.

Ще одна маніпулятивна технологія російських засобів масової інформації – руйнування символів. Перед Новорічними святами на російському телебаченні поширили інформацію про те, що в Україні нібито забороняють Діда Мороза, бо він російський герой. Частина росіян вірить у ці дві нісенітничі: перша – це заборона, друга – це те, що Дід Мороз тільки російський герой. Така маніпуляція має значення в інформаційній війні, відтак українські засоби масової інформації не промовчали. Зокрема, на Тернопільському державному телебаченні дослідили цю тему і для новин підготували розгорнутий аналітичний сюжет.

„У відповідь російським політикам українці ж відповідають: не присвоюйте славнозвісного Діда Мороза. Бо те, що цей персонаж добре прижився за радянських часів – зовсім не означає, що створили його росіяни і виключно російським він ніколи не був” [10].

На інформаційну війну Росії повинні відповідати не лише мас-медіа, а й усі громадяни України. Потрібно розповідати родичам і знайомим з Росії про реальний стан справ в Україні. Варто налагодити добрі стосунки з громадянами Російської Федерації, щоб вони зрозуміли, що українці – доброзичливий і мирний народ, що схід і захід України разом, проблем із самоідентифікацією, мовою та релігією немає.

Відтак, кожній людині потрібно виробити критичне ставлення до інформації, перевіряти її. Щоб зберегти ясність свідомості, треба помічати прийоми маніпуляції. У будь-якому випадку важливо аналізувати і перевіряти інформацію. Не варто також сприймати за аксіому слова авторитетів, оскільки помиляються всі, а дехто цілеспрямовано говорить неправду.

## Список використаної літератури

1. Владимиров В. Журналістика, особа, суспільство: проблеми розуміння: монографія / Володимир Владимиров. – Луганськ : Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2003. – 272 с.
2. Головчук О. Регіональне телебачення України : автореф. дис. на здобуття ступеня канд. наук. із соціальних комунікацій : спец. 21.00.06 – прикладні соціально-комунікаційні технології / Олег Головчук. – Київ, 2008. – 14 с.
3. Дмитровський З. Телевізійна журналістика : навч. посібник / Зенон Дмитровський. – Львів : ПАІС, 2009. – 224 с.
4. Егоров В. Телевидение между прошлым и будущим : монографія / Володимир Егоров. – Москва : Вид-во МНПУ, 1999. – 224с.
5. Капелюшний А. Практичний посібник-довідник журналіста. Редагування в ЗМІ. Аналіз і перевірка фактичного матеріалу : навч. посібник / Анатолій Капелюшний. – Львів : ПАІС, 2004. – 576 с.
6. Капрон Рене Дж. Настанови журналістам Ассошіейтед Пресс : професійний poradnik / Рене Дж. Капрон; [пер. з англ. А. Іщенко]. – К. : Вид. дім „Києво-Могилянська академія”, 2005. – 158 с.
7. Ліпкан Володимир. Національна безпека України : навч. посібник / В. Ліпкан. – Київ, 2006. – 280 с.
8. Машенко І. Міфи і реалії телерадіоэфіру : підручник / Іван Машенко. – К. : Знання, 2005. – 256 с.
9. Почепцов Георгій. Пропаганда і контрпропаганда : навч. посібник / Г. Почепцов. – Москва, 2004. – 240с.
10. Путькалець Л. Актуально [Електронний ресурс] / Людмила Путькалець // Тернопільська ОДТРК. – 12.11.2014. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.youtube.com/results>
11. Шаповал Ю. Поетика телевізійної журналістики : монографія / Юрій Шаповал. – Львів, 2003. – 24 с.
12. Яковець А. Журналіст на екрані : підручник / Анатолій Яковець. – К. : Вид. дім „Києво-Могилянська академія”, 2007. – 240 с.
13. Яковець А. Концепція телевізійної програми : підручник / Анатолій Яковець. – К. : Вид. дім „Києво-Могилянська академія”, 2007. – 240 с.

Стаття надійшла до редколегії 21.09.15

Прийнята до друку 10.10.15

## THE ROLE OF TELEVISION IN THE INFORMATION WAR

Lyudmyla Putkalec

*Ivan Franko National University of Lviv,  
Generala Chuprynky Str., 49, 79000, Lviv, Ukraine,  
e-mail: lputkaec@ukr.net*

The role of Ukrainian National Television in the informational war that is lead by Russia is investigated in this research paper. Russian channels use manipulative techniques to influence the minds of the public. Therefore, Ukrainian mass media is forced to react in order to win in this informational war.

In 2014 Russia intensified the information war and real military actions. In scientific articles it is investigated the Russian information attack, the behavior of the aggressor in circumstances of the information war. It is determined the beginning of the information war in Ukraine, it is traced its development. The mass media of this country uses a lot of manipulative technologies. So the audience should learn how to recognize the manipulation. Mass media of Ukraine should be active in conditions of the information war. In order not to lose the information space it is needed the changes in the laws and certain public policy. In scientific work, we also offer methods of combatting the aggressor in the information war and solutions to problems in the information space of Ukraine.

It is researched the aspect of genre and theme of TV programs at the regional level in Ukraine. Regional state television is one of the subjects of the information space of independent Ukraine. On the basis of it the public broadcasting started its work. Its task is to represent the public interests. The priority is to develop the high-quality television programs. In the scientific article the activity of regional state television of Ukraine is investigated during the complicated social processes in the era of globalization: Euromaidan, Revolution of Dignity, economic and military instability, the creation of public broadcasting, Russian information attacks.

*Key words:* journalism, media, television, TV show, audience, **communication, manipulation, informational space, informational war.**