

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ФІЛОЛОГІЇ ТА ЖУРНАЛІСТИКИ

УДК 070.14:355.01(477) «2022»

DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.1.2/52>

РОСІЙСЬКА МЕДІАПРОПАГАНДА: ВИСВІТЛЕННЯ СВІТОВИМИ ЗМІ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ У 2022 РОЦІ

Боровик Л.А.

Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука

Висвітлення світовими ЗМІ війни Росії проти України у деяких випадках не лише не відповідає реальним фактам, а навіть суперечить їм. Чому це відбувається, чому зарубіжні ЗМІ, приділяючи величезну увагу цій проблематиці і мають доступ до офіційних інформаційних джерел, проте їх публікації у висвітленні вторгнення збігаються з меседжами російської пропаганди? Попри те, що зарубіжні країни давно володіють інформацією про величезний вплив російських медіа на громадську думку як у своїй країні, так і за кордоном, і використовують медіа як дієвий інструмент інформаційних операцій і маніпуляцій, західні медіа все ж використовують інформацію, яку поширюють російські пропагандисти. Тому, світовим інформаційним джерелам, які поважають свій імідж, потрібно постійно перевіряти інформацію про хід воєнних дій в Україні.

У статті на основі офіційних джерел проведено аналіз існуючих медіакомпаній Російської Федерації (РФ). Доведено, що інформаційна війна Росії проти України почалась у часи розпаду СРСР і триває донині. З'ясовано, що вплив здійснюється з допомогою спеціальних інструментів на громадську думку в інформаційному просторі країн світу та міжнародних організацій, спрямовується на отримання стратегічно-політичних переваг шляхом деморалізації або введення в оману опонента. Здійснено класифікацію медіапропаганди через такі елементи впливу: телебачення, преса, соціальні мережі, програмно-комп'ютерні і мережеві, система соціального формування громадської думки, громадсько-національний закордонний вплив, вплив на зарубіжну аудиторію через націоналістичний і ультрарадикальний рухи. Визначено структуру, підпорядкування, джерела фінансування, приблизний щорічний бюджет, сфери поширення у російських і світових медіа організацій російської медіапропаганди.

Ключові слова: медіа, медіапропаганда, засоби масової інформації, дезінформація, інформаційна війна, українсько-російська війна, інструменти впливу, громадська думка.

Актуальність. Незважаючи на значну кількість публікацій про події в Україні у 2022 році, світовим інформаційним джерелам, які поважають свій імідж, потрібно постійно перевіряти інформацію про хід воєнних дій в Україні. Прикладом такої перевірки фактів є події у Бучі. Після того, як російська влада заявила, що мешканці міста Бучі загинули після відходу російських військ, 04.04.2022 р. The New York Times опублікувала докази з супутникових знімків [8], які доводили, що тіла вбитих лежали у Бучі, коли там ще були росіяни. Наразі, дуже важливо спростовувати російські фейки, але західні ЗМІ не до кінця усвідомлюють, що для російської медіапропаганди факти не мають значення. Тому російська пропагандистська машина миттєво заявила, що знімки сфабриковані Пен-

тагоном. Перевіряючи інформацію, важливо не легалізувати аргументи Росії, тому Західні медіа не перевіряють кожен аргумент китайського чи північнокорейського телебачення, бо розуміють, що з реальністю вони ніяк не пов'язані. Запитання полягає у тому, де баланс між перевіркою фактів і легалізацією аргументів [9].

Через те, українська журналістика має доносити для кожної окремої аудиторії свої аргументи, які б підштовхнули до боротьби за Україну. Не тільки тому, що цей конфлікт відбувається в самому центрі Європи і матиме для неї наслідки, а й тому, що самоцінність України – надважлива річ, яку треба рятувати [9].

Аналіз останніх джерел і публікацій. Дослідженню проблем російської медіапропаганди

у висвітленні світовими ЗМІ російсько-української війни у 2022 році науковцями висвітлено недостатньо через те, що активна фаза війни ще триває і аналіз наслідки такого впливу наукова спільнота у скорому часі покаже у своїх наукових працях. У даному дослідженні ми опирались на поточну інформацію, використовуючи джерела українських масмедіа, державних офіційних сайтів протидії дезінформації, офіційної інформації державних органів влади, аналітики незалежних експертів.

Однак, незважаючи на численні публікації у періодичних виданнях, на офіційних сайтах, у соціальних мережах і значні досягнення у протидії російській медіапропаганді, у розвінчуванні кремлівських міфів про події в процесі війни в Україні, існують питання, які потребують постійного вирішення, зокрема такі, як: з'ясування питання чому уряди світу знаючи про загрозу жорсткого російського впливу на громадську думку у різних країнах, не зупинили пропагандистську машину, а дозволили їй активно розвиватися, що призвело до системної агресії Росії і нападів на суверенні держави, включаючи і Україну.

Мета статті: з допомогою офіційної інформації провести аналіз існуючих медіакомпаній Російської Федерації (РФ) з метою визначення їх структури, підпорядкування, джерел фінансування, сфери поширення у російських і світових медіа.

Виклад основного матеріалу дослідження. Російська Федерація і досі має велетенський вплив на світові медіа, з допомогою яких нав'язує свою думку про те, що світовим і українським лідерам потрібно домовлятися з Росією. Розглянемо деякі з них, опубліковані у травні 2022 року (табл.).

Виходячи з висловлювань агентів впливу, зазначених у таблиці, бачимо, що приведені заяви носять маніпулятивний характер. Через так званих іноземних експертів Росія намагається нав'язати світу необхідну їй точку зору. Наприклад, пропаганда російської федерації (рф) поширила коментар Джордже Вукадіновича, в якому «політолог-експерт» заявляє, що «...НАТО має понести відповідальність за війну в Україні» [2], більше того, він закликає населення Сербії засудити запровадження санкцій проти росії.

Пол Пілар уже понад 5 років ширить кремлівську пропаганду у західних медіа, його головний піар. Періодично ветеран розвідки США інформує «про колосальну світову підтримку Путіна» та прогнозує, що усунення чинного президента РФ «зашкодить всьому світу» [5].

Отже, інформаційна війна, котра почалась у часи розпаду СРСР і триває донині, з допомогою спеціальних інструментів впливу на громадську думку, постійно здійснюється урядовими та неурядовими організаціями РФ в інформаційному просторі країн світу та міжнародних організацій, спрямовується на отримання стратегічно-політичних переваг шляхом деморалізації або введення в оману противника. На інформаційну війну РФ тратить величезні гроші.

З'ясуємо скільки коштує російська медіапропаганда, які інформаційні елементи відносяться до її структури, які медійні сфери вона охоплює.

За приблизними підрахунками у 2014 році росія витратила на медіапропаганду понад 9 мільярдів доларів [6].

Міжнародна волонтерська спільнота InformNapalm здійснила аналіз щорічних витрат рф на інформаційну війну проти України [7]. Посилаючись на дані спільноти [7], проведемо

Таблиця

Оцінка ключових маніпуляцій російської пропаганди у світових ЗМІ під час війни в Україні у травні 2022 р.

№ з/п	Висловлювання	Агент впливу	ЗМІ	Джерело
1.	«...НАТО має понести відповідальність за війну в Україні»	Джордже Вукадінович, сербський політолог	Соціальні медіа. Телеграм	[2]
2.	«Україні треба повертатися до «перемовин з Росією», бо Захід дає Україні «хибну надію на перемогу» у цій війні, приховуючи те, що не може довго допомагати грошима та зброєю»	Патрік Портман, Джастін Логан та Бенджамін Фрідман, науковці	Politico	[3]
3.	«не потрібно принижувати» РФ санкціями, адже це може «загрожувати» країнам Заходу газовою пасткою	Пол Пілар, ветеран розвідки США	The National Interest	[4-5]

Джерело: сформовано автором за даними [2-5]

аналіз медіакомпаній РФ і визначимо приблизний щорічний бюджет на них за такою класифікацією елементів впливу: телебачення, преса, соціальні мережі, програмно-комп'ютерні і мережеві, система соціального формування громадської думки, громадсько-національний закордонний вплив, вплив на зарубіжну аудиторію через націоналістичний і ультрарадикальний рухи.

I. Телебачення. Всеросійська державна телевізійна і радіомовна компанія (телеканали «Россия-1», «Россия-2», «Россия-24», «РТР-Планета», «EuroNews»; інтернет-проекти «Россия», Вести.ru, Страна друзей, Digitalrussia.tv, Страна.ru тощо) – витрати 52,9 млрд. руб (1,3 млрд дол США) на рік.

Суспільна кримськотатарська телерадіокомпанія (телеканал «Миллет» і радіостанція «Ватан седасы» – витрати 500 млн дол США на рік.

Міжнародне інформаційне агентство «Россия сегодня» (телеканал Russia Today, новинне відеоагентство Ruptly, міжнародна інтернет-студія Sputnik, РІА «Новости», сайт Ria.ru тощо) . у 2014 році відкрито офіс компанії RT в Лондоні із запуском цілодобових каналів мовлення французькою і німецькою мовами – витрати 55 млрд руб на рік.

Перший канал Росії («Первый канал. Всемирная Сеть»). На його базі запусканий «Первый Балтийский канал», який розгалужений на Латвію («ПБК Латвия»), Естонію («ПБК Эстония»), Литву («ПБК Литва») – витрати 150 млн дол США на рік.

Холдинг Газпром-медіа (телеканали «НТВ», «ТНТ»; супутникова телекомпанія «НТВ-ПЛЮС»; радіостанції «СИТИ-FM», «Эхо Москвы», «Авторадио», 101.ru; видавництво «Семь дней»; кіностудії «НТВ-кино», «Централ Партнершип»; інтернет-портали Rutube, Now.ru та ін.) – витрати 150 млн дол США на рік.

Холдинг Газпром-медіа (телеканали «НТВ», «ТНТ»; супутникова телекомпанія «НТВ-ПЛЮС»; радіостанції «СИТИ-FM», «Эхо Москвы», «Авторадио», 101.ru; видавництво «Семь дней»; кіностудії «НТВ-кино», «Централ Партнершип»; інтернет-портали Rutube, Now.ru та ін.) – витрати 300 млн дол США на рік.

Холдинг Газпром-медіа (телеканали «НТВ», «ТНТ»; супутникова телекомпанія «НТВ-ПЛЮС»; радіостанції «СИТИ-FM», «Эхо Москвы», «Авторадио», 101.ru; видавництво «Семь дней»; кіностудії «НТВ-кино», «Централ Партнершип»; інтернет-портали Rutube, Now.ru та ін.) – витрати 300 млн дол США на рік.

Національна Медіа Група (НМГ) позиціонує себе як приватний медіахолдинг (телеканали «Пятый канал», «РЕН ТВ», LifeNews TV; газета «Известия», сайт LifeNews.ru; студія «Русская служба новостей» – витрати 300 млн дол США на рік.

II. Преса. Russia Beyond the Headlines – міжнародний видавничий проект «Российской газеты», який періодично входить безкоштовним друком і електронним додатком до світових найбільш відомих видавництв на 16 мовах (The Washington Post (США), The New York Times (США), The Daily Telegraph (Великобританія), Le Figaro (Франція), Süddeutsche Zeitung (Німеччина), The Economic Times (Індія), Folha de Sao Paulo (Бразилія), La Repubblica (Італія), JoongAng Ilbo (Південна Корея), China Business News (Китай) і багато інших) – витрати 10-12 млн дол США на рік.

III. Соціальні мережі. Російська соціальна інтернет-платформа Mail.Ru Group («Одноклассники», «ВКонтакте», «Мой Мир», інстант-месенджер «Агент Mail.Ru» з поштовим сервісом «ICQ») – витрати до 50 млн дол США на рік.

IV. Програмно-комп'ютерні і мережеві елементи впливу. В РФ до структури програмно-комп'ютерних і мережевих належать чотири головних елементів впливу: «Лаборатория Касперского» – працює в інтересах ФСБ Росії по «активних заходах» в мережі Інтернет; проект «Киберберкут» – група російських хакерів, які викладають в мережу матеріали злому; «Киберберкут» є проектом російських спецслужб спеціальні підрозділи кібербезпеки ФСБ, МВС, МО та інших структур – фінансування здійснюється за рахунок своїх структур; розгалужена організація інтернет-тролів – створюють необхідні статті в соціальних мережах. Їх офіси знаходяться в різних районах РФ: Ольгіно (Санкт-Петербург), Яблоновський (Республіка Адігея), Перекатний (Республіка Адігея), Зелений Город (Нижегородська обл.), м. Белгород, м. Рязань, м. Хабаровськ, м. Калінінград та ін. На забезпечення цих елементів у рік іде понад 100 млн дол США.

V. Система соціального формування громадської думки представлена Всеросійським центром вивчення громадської думки (ВЦІОМ), а також дослідницьким агентством Євразійський монітор, соціологічною службою Фонд «Общественное Мнение», аналітичним центром «Левада-центр».

Ці структури є базисом для моделювання потрібної громадської думки через результати соціальних досліджень. В Україні діяльність ВЦІОМ і його структур використовувалась при

підготовці «кримського референдуму» у 2014 році і «виборів» в анексованому Криму. Також на її базі сформували у 2015 році в «ЛНР» і «ДНР» два центри соціологічних досліджень з однаковими назвами – «Особый статус», які так само «диктують думку» в окупованих регіонах. Діяльність цих суб'єктів спостерігаються і за кордоном при публікації результатів своїх досліджень у місцевих ЗМІ. Приблизний бюджет Кремля на проведення «заказаних» соціологічних досліджень і на утримання новостворених підконтрольних структур на непризнаних територіях складає приблизно 100 млн дол США на рік.

VI. Громадсько-національний закордонний вплив здійснюється через Федеральне агентство по справах СНД, співвітчизників, проживаючих за кордоном – Росспівробітництво, до складу входять представники у 80 країнах світу. Росспівробітництво є підрозділом російського МЗС. За офіційними даними, за 2013 рік на зарубіжні заходи «м'якої сили» було виділено майже 330 млн дол США і витрати в 2014 році були аналогічними. А вже у 2015 році уряд РФ збільшив фінансування проєктів для Росспівробітництва на просування російської мови на 36 млн дол США.

Крім того, формування громадського, політичного і ділового клімату за кордоном здійснюється через інститути громадянського суспільства і реалізується через діяльність урядових фондів. Їх завдання полягає у залученні аудиторії за кордоном до російської культури, історії і політики. Основною із них є громадська організація Фонд «Русский мир» – популяризація історії, мови і культури в різних країнах світу. Засновниками Фонду є Міністерство іноземних справ РФ і Міністерство освіти і науки РФ. Діяльність організації поширюється на усі європейські країни і країни СНД. Щорічний бюджет Фонду – 15,2 млн дол США.

VII. Вплив на зарубіжну аудиторію через націоналістичний і ультрарадикальний рухи проводиться через створений канал комунікації Кремля

з керівництвом окремих європейських громадсько-політичних організацій таких як: «Front National» (Франція), «UKIP» (Великобританія) «BNP» (Великобританія) «AfD» (Німеччина), «Jobbik» (Угорщина), «Latvijas Krievu savieniba» (Латвія), «Атака» (Болгарія), «Forza Italia» (Італія) та багато інших. Багато із цих структур мають своїх представників в національних і в Європейському парламентах. Кремль фінансує не тільки їх діяльність і передвиборні кампанії, але й ЗМІ, котрі їм належать – газети, телебачення, радіо тощо. За приблизними підрахунками такий вплив на зарубіжну аудиторію уряду РФ обходиться понад 200 млн дол США на рік.

Висновки. Дослідження показали, що для ведення медіапропаганди РФ використовує всі можливі інструменти інформаційної війни – від воєнної техніки на Донбасі у 2014 році, повномасштабної війни на всій території України у 2022 році і до елементів «м'якого впливу» на закордонну аудиторію. Останні зараз гостро впливають на світову громадську думку, що стримує поставки важкого (наступального) озброєння для України від урядів Європейського Союзу і США. Як відомо, громадяни, політики, медіа північно-американських та європейських країн підтримують Україну у її боротьбі проти окупанта та засуджують російську агресію, адміністрація великих соціальних платформ бореться проти російської дезінформації, кремлівські пропагандистські медіа забороняють і блокують за рішеннями урядів цих країн. Але маємо з сумом відмітити, що світ це не тільки ЄС, Канада і США, РФ використовує свої раніше «профінансовані» зв'язки з країнами Азії, Африки та Латинської Америки, щоб схилити їх на свій бік. Якраз ці країни надають РФ допомогу у різних форматах: від голосування в Організації Об'єднаних Націй до поповнення армій тролів у соціальних мережах. Чи готова Україна протистояти російській пропаганді в світовій інформаційній сфері? Це питання і буде предметом наших подальших досліджень.

Список літератури:

1. Як західні ЗМІ висвітлюють війну? Громадське радіо. URL: <https://hromadske.radio/podcasts/viyana-informatsiyuu-marafon/yak-zakhidni-zmi-vysvitliuiut-viynu> (дата звернення: 20.05.2022).
2. Кремль через західних «експертів» нав'язує думку, що Україна має йти на поступки Росії : УКРІН-ФОРМ. Мультимедійна платформа іномовлення України. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-ato/3489249-kreml-cerez-zahidnih-ekspertiv-navazue-dumku-so-ukraina-mae-jti-na-postupki-rosii.html> (дата звернення: 22.05.2022).
3. We're not all Ukrainians now. Politico. <https://www.politico.eu/article/ukraine-russia-war-nato-eu-us-alliance-solidarity/> (Date of application: 25.05.2022).
4. РФ використала в інформвійні псевдоексперта зі США, який закликав Захід «не принижувати» Росію санкціями. ЕСПРЕСО. URL: <https://espreso.tv/rf-vikoristala-v-informviyni-psevdoeksperta-zi-ssha>

yakiy-zaklikav-zakhid-ne-prinizhuvati-rosiyu-sanktsiyami-tsentр-protidii-dezinformatsii (дата звернення: 19.05.2022).

5. Центр протидії дезінформації. РНБО. Національний супротив : Телеграм канал. URL : <https://t.me/CenterCounteringDisinformation/1627> (дата звернення: 24.05.2022).

6. Росія вклала 9 мільярдів доларів у свою пропаганду – экс-конгресмен Ден Майка (виправлено). Радіо Свобода. URL : <https://www.radiosvoboda.org/a/26592676.html> (дата звернення: 20.05.2022).

7. Міжнародна волонтерська спільнота InformNapalm : офіційний сайт. URL : <https://informnapalm.org/ua/about-us/> (дата звернення: 30.05.2022).

8. The New York Times опублікувала супутникові фотографії Бучі. На них видно тіла загиблих на вулицях задовго до відходу російських військових із міста. URL : <https://gordonua.com/ukr/news/war/the-new-york-times-opublikovala-suputnikovii-fotografiji-buchi-na-nih-vidno-tila-zagiblih-na-vulitsjah-zadovgo-do-vidhodu-rosijskih-vijskovih-iz-mista-1603254.html> (дата звернення: 30.05.2022).

9. Діана Буцко. Чого західні медіа не розуміють про російсько-українську війну? Кремлівська дезінформація. Детектор медіа. URL : <https://detector.media/infospace/article/198697/2022-04-28-chogo-zakhidni-media-ne-rozumiyut-pro-rosiysko-ukrainsku-viynu/> (дата звернення: 30.05.2022).

10. Діана Буцко. Глобальний Південь – ось де Росія досягає успіху в інформаційній війні. Детектор медіа. URL : <https://ms.detector.media/propaganda-ta-vplivi/post/29512/2022-05-18-globalnyy-pivden-os-de-rosiya-dosyagaie-uspikhu-v-informatsiyniy-viyni/> (дата звернення: 31.05.2022).

Borovyk L.A. RUSSIAN MEDIA PROPAGANDA: WORLD MEDIA COVERAGE OF THE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR IN 2022

In some cases, the world media coverage of Russia's war against Ukraine does not correspond to the real facts, but even contradicts them. Foreign media pay great attention to this issue and have access to official information sources, but their publications in the coverage of the invasion coincide with the messages of Russian propaganda. Why is this happening? Despite the fact that foreign countries have long had information about the huge influence of Russian media on public opinion both at home and abroad, and use the media as an effective tool for information operations and manipulation, Western media still use information disseminated by Russian propagandists. Therefore, the world's information sources, which respect their image, need to constantly check information about the course of hostilities in Ukraine.

The article analyzes the existing media companies of the Russian Federation (RF) on the basis of official sources. It is proved that Russia's information war against Ukraine began during the collapse of the Soviet Union and continues to this day. It was found that the influence of special tools on public opinion in the information space of the world and international organizations is aimed at gaining strategic and political advantages by demoralizing or misleading the opponent.

The classification of media propaganda through the following elements of influence: television, press, social networks, computer networks, the system of social formation of public opinion, public and national foreign influence, influence on foreign audiences through nationalist and ultra-radical movements. The structure, subordination, sources of financing, approximate annual budget, spheres of distribution of Russian media propaganda in Russian and world media are determined.

Key words: media, media propaganda, mass media, disinformation, information war, Ukrainian-Russian war, tools of influence, public opinion.