

Тітаренко Т.В.*

ІМІДЖ УКРАЇНИ В РОСІЙСЬКІЙ ФЕДЕРАЦІЇ НА ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ: ІНФОРМАЦІЙНИЙ КОНТЕКСТ

У статті розглядаються сучасні інформаційно-комунікативні технології формування іміджу України в Росії в контексті трансформації відносин обох міжнародних акторів упродовж 2000-2008 років, тенденції інформаційної політики РФ, маніпулятивні впливи та інформаційні операції, аналізуються соціологічні дослідження громадської думки Росії щодо іміджу України в період президентства В.В.Путіна.

Ключові слова: когнітивна парадигма, імідж, інформаційний простір, маніпулятивні акції, Україна, Росія.

В статье рассматриваются современные информационно-коммуникативные технологии формирования имиджа Украины в России в контексте трансформации отношений между двумя международными акторами в течение 2000-2008 годов, тенденции информационной политики РФ, манипулятивные и информационные операции, анализируются социологические исследования общественного мнения России относительно имиджа Украины в период президентства В.В.Путина.

Ключевые слова: когнитивная парадигма, имидж, информационное пространство, манипулятивные акции, Украина, Россия.

The article is devoted to the analysis of current informational and communicative ways of forming the image of Ukraine in Russia in the context of the transformation of relations between international actors during the 2000-2008 period, of trends in the information policy of Russia, manipulative and information operations, of case studies of Russian public opinion about the image of Ukraine during the presidency of Vladimir Putin.

Key words: cognitive paradigm, image, information space, manipulative actions, Ukraine, Russia.

Сучасні дослідження міжнародних відносин дедалі більше акцентують увагу на зміні характеру взаємодії держав та значенні нетрадиційних чинників їхньої поведінки в політичному середовищі. Загальні теоретичні напрями, які ґрунтуються на твердженнях щодо матеріалістичної та державоцентричної природи міжнародних відносин, замінюються альтернативними підходами в рамках когнітивної парадигми, які визначають, що іміджеві позиціонування відіграють не меншу роль у конструюванні норм і правил міжнародної по-

* здобувач відділу трансатлантичних досліджень Інституту світової економіки і міжнародних відносин НАН України

Науковий керівник: проф. Макаренко Є.А.

літичної системи та реалізації національних інтересів держав, ніж традиційні чинники. Дослідження наукової проблеми іміджу України на початку нового тисячоліття в Російській Федерації, особливо за часів радикальних змін зовнішньополітичного курсу нашої країни, визначається суперечливою низкою чинників внутрішнього і зовнішнього походження, які суттєво, часом вирішальним чином впливають на сприйняття України як порівняно нового актора міжнародних відносин окремими національними акторами світового співтовариства, інтеграційними формуваннями та міжнародними організаціями. Як відомо з наукових політологічних джерел, кожна держава в своїй зовнішньополітичній діяльності прагне досягти трьох основних цілей – репрезентація себе у необхідному світлі, встановлення свого впливу над якимись процесами чи суб'єктами міжнародних відносин, а також забезпечення гарантій стабільного і безпечного власного існування та розвитку.

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

Отже, на сьогоднішній день саме інформаційне представлення держави допомагає створювати і покращувати імідж власної країни, сприяти поширенню позитивної інформації про неї. Разом з тим, формування позитивного іміджу країни залежить від інформаційних ресурсів держави та її ефективної інформаційної політики. Інформаційний потенціал держави не лише сприяє конструюванню іміджу держави на міжнародній арені, але й допомагає протистояти інформаційному впливу з боку інших держав.

Інформаційно-комунікативні технології, які використовуються сьогодні в політиці та інших сферах життєдіяльності світової спільноти, переходячи в площину міжнародних відносин, стають інструментами формування міжнародної громадської думки щодо суб'єктів міжнародної взаємодії. Водночас сфера зовнішніх зносин ускладнює ці технології і наділяє їх певними характерними ознаками, зокрема, значення при цьому можуть відігравати багатоаспектні міжнародні відносини. Держава має одночасно проводити багатосторонню політику з формування політичного іміджу задля охоплення всіх сфер зовнішньополітичного позиціонування.

У цьому контексті доцільно було б згадати також і про такі явища, як інформаційні війни, інформаційні інтервенції та інформаційний тероризм, які безпосереднім чином впливають на імідж тієї чи іншої країни. Нагадаємо, що інформаційна війна по суті являє собою цілеспрямовані інформаційні впливи, що здійснюються суб'єктами впливу на мішені (об'єкти впливу) з використанням інформаційної зброї задля досягнення запланованої мети. Як зазначає провідний український фахівець в галузі теорії комунікації Г.Почепцов, «інформаційні війни являють собою комунікативні технології впливу на масову свідомість з короткотривалими і довготривалими цілями» [1]. Вони характеризуються комунікативним резонансом та війною іміджів. Головною метою інформаційних війн більшості держав є інформаційне домінування над іншими державами. Крім того, інформаційні війни, за наявності відповідних інформаційних ресурсів, складають можливість сформувати позитивний імідж своєї країни або ж сприяти негативному формуванню

іміджу іншої держави. Особлива роль у реалізації цілей інформаційних війн належить засобам масової комунікації, оскільки саме за їх допомогою створюються та поширюються необхідні іміджі.

На жаль, мусимо констатувати, що інформаційні війни є досить поширеним, навіть характерним явищем у російсько-українських відносинах починаючи з перших років незалежності нашої країни. За цей час ці війни, за висловом Г.Почепцова, «стали прикметою активного політичного протистояння» [2].

На початку 1990-х в Україні цілі цих війн детермінувалися потребами країни в активізації національних почуттів у етнічних українців, у виробленні національної ідентифікації та згуртуванні нації шляхом протиставлення специфіки життєдіяльності і світосприйняття українців, особливостей українського характеру і ментальності українців, специфіці життя в Росії та ментальності росіян. Як вже згадувалося вище, особлива роль у реалізації цілей інформаційних війн належить засобам масової комунікації, оскільки саме за їх допомогою створюються і поширюються необхідні іміджі.

Якщо ж аналізувати їх наслідки в перше десятиліття незалежності нашої держави, то необхідно зауважити, що на думку вітчизняних вчених, в Україні психологічний вплив ЗМІ у період ведення інформаційних війн був досить помітним і призвів до зниження почуття ідентифікації її населення як східних слов'ян. У середині 1990-х років це проявлялося у певному ускладненні стосунків між росіянами та українцями, у загостреному реагуванні українських росіян на запровадження української мови як єдиної державної. У цей же період спостерігалось посилення етноцентричних тенденцій, які, поряд з реалізацією потреби самозбереження української нації, призвели до активізації національних стереотипів і стали серйозною перешкодою у встановленні не тільки міжособистісних, але й ділових стосунків. Посилення дії стереотипів, з одного боку, та вплив інформаційних війн, з іншого, позначилися на зниженні сили ідентифікації росіян, які проживають в Україні, зі своєю етнічною батьківщиною та в модифікації образу Росії [3].

Щодо російської сторони, мусимо констатувати, що Росія, як правонаступниця радянської імперії, має набагато більший досвід з ведення інформаційних війн. Навіть на теоретичному рівні там склався окремий напрям у геополітиці – інформаційна геополітика. Адепти цього напрямку, такі, як І.Панарін або А.Манойло, бачать пострадянське 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 [4].

У контексті аналізу наслідків цих війн щодо формування іміджу України як всередині країни, так і за її межами важливо враховувати, що 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, слабо-

структурованої, малоавторитетної, з одного боку, і віртуально-ефірної, централізованої, віддаленої за своїми персонажами, темами, сюжетами, подіями - з другого [5].

Крім того, в більшості пострадянських країн Росія має велику конкурентну перевагу в ЗМІ, адже:

- більшість населення цих регіонів досі добре володіють російською мовою;
- російські медіа-канали (телебачення, радіо і преса) можуть досягнути значної аудиторії обраних суспільств і головне - вони є популярними;
- у цих країнах існує значна кількість етнічних росіян.

Навіть сьогодні не менш як 80 відсотків громадян України називають телебачення своїм головним джерелом інформації, оскільки значна частина населення нашої країни не тільки існує в інформаційному полі Росії, 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 [6].

Зазначимо, що інформаційна політика РФ на початку XXI століття є одним з 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, було проголошено власні національні інтереси РФ. У Концепції національної безпеки РФ вони трактувалися таким чином, що зростання відцентрових процесів в СНД кваліфікувалося як одна з найбільших зовнішніх загроз. Відповідно до зазначеної Концепції країни СНД розглядалися як сфера переважних геостратегічних інтересів РФ, тому посилення будь-яких інших геополітичних гравців на пострадянському просторі розглядається як безпосередня загроза національній безпеці РФ.

Як відомо, засади інформаційної політики будь-якої держави формуються безпосередньо представниками правлячої еліти, і тому її напрямок та зміст залежить, насамперед, від поглядів представників влади на двосторонні відносини з тією чи іншою країною. Саме тому в контексті обраної тематики статті нас цікавлять настрої та думки представників російської влади щодо іміджу нашої країни на початку нового тисячоліття, яке співпало в часі з приходом до влади в Росії В.В. Путіна.

У лютому 2000 року на замовлення Українського центру економічних і політичних досліджень Фонд «Російський громадсько-політичний центр» провів опитування експертів. У ньому взяли участь 100 представників адміністрації Президента РФ, департаментів Уряду Росії, міністерств і відомств, комітетів Державної Думи і Ради Федерації, органів законодавчої та виконавчої влади суб'єктів Російської Федерації, державних наукових установ, неурядових аналітичних центрів, а також банків і комерційних структур РФ, що працюють з українськими партнерами [7].

Наведені нижче результати опитування відображають специфіку оцінок державними, науковими і бізнесовими елітами РФ стану українсько-російських відносин на початку нового тисячоліття, ролі і місця України у світі, формування міжнародного іміджу нашої держави, а також факторів, що впливають на цей процес.

Зокрема, переважна більшість (80%) російських експертів охарактеризували Україну як «державу, що знаходиться під впливом Заходу». Дві третини (69%) опитаних погоджуються з іншим визначенням — «маловпливова європейська держава, що знаходиться в пошуках свого місця в світі». Чимало (42%) експертів схиляються до більш жорсткої оцінки: Україна є «невпливовою державою «третього світу» з невизначеною зовнішньою

політикою». Лише 7% російських експертів переконані, що Україна є «впливовою європейською державою» [8]. Таким чином, образ України складається з наступних рис: маловпливова європейська держава, що знаходиться під впливом Заходу і шукає своє місце в світі.

За рівнем впливу на формування іміджу України, на перше місце російські експерти поставили керівництво держави (71% опитаних), далі — засоби масової інформації (45%) та українську дипломатію (34%). На їх думку, незначною мірою на міжнародний імідж України впливають громадяни України (26%), суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності (25%), громадські організації (18%), ще менше — PR-агентства (8%) та відомі в світі українці (7%) [9].

Серед факторів, що негативно впливають на міжнародний імідж України, російські експерти називають низький рівень економічного розвитку країни і недостатні темпи економічних реформ (85%), низький життєвий рівень населення (80%), корумпованість влади (76%), високий рівень злочинності (66%), обмеження незалежності ЗМІ (56%), непослідовність в реалізації зовнішньополітичного курсу держави (55%) [10].

В той же час переважна більшість (88%) опитаних негативно оцінили стан українсько-російських відносин у зазначений період. Майже третина (30%) російських експертів визначають їх характер як «нестабільність», 29% — «декларативне співробітництво», 26% — «стагнацію», 3% — «погіршення». Лише 12% респондентів помітили «прогрес» у стосунках між Україною і РФ. На нашу думку, такі оцінки треба сприймати не інакше, як визнання кризового стану відносин двох стратегічних партнерів. [11].

Крім того, Україна поки що серйозно не сприймається російськими експертами як суб'єкт світової економіки. Респонденти відзначають слабкі позиції України на міжнародних ринках кредитів та інвестицій, енергетичних ресурсів, промислової продукції, інформаційних ресурсів і наукових кадрів.

На думку російських експертів, поліпшення міжнародного іміджу України залежить від активізації зусиль українських властей на наступних напрямках: посилення боротьби з корупцією і злочинністю, прискорення економічних реформ, забезпечення прав і свобод людини, більш ефективна зовнішньополітична діяльність владних структур України. В той же час внутрішня економічна і соціально-політична ситуація в Україні оцінюється російськими експертами критично і переважно негативно. Якщо виходити з даних опитування, то за більшістю показників Україна виглядає значно гірше, ніж Росія. У Росії переважає думка, що рівень життя українців є набагато нижчим, ніж у росіян.

Дає підстави для роздумів перелік факторів, які на думку російських експертів, справили найбільш негативний вплив на ставлення росіян до України на початку нового тисячоліття. Серед них — подальше поглиблення співробітництва України з НАТО (84% опитаних), проблеми ЧФ і Севастополя (84%), контрольний режим на міждержавному кордоні (79%), становище російськомовного населення в Україні (77%), проблема заборгованості за російський газ (71%), зменшення участі України в СНД (57%), непослідовність зовнішньополітичного курсу українського керівництва (55%), негативне ставлення керівництва України до участі у союзі Росії і Білорусі (50%) [12, с.61].

Як бачимо, зазначені фактори мало чим відрізняються від тих, що стали найбільшими перепонами у розвитку добросусідських відносин між Україною та Росією після «Помаранчевої революції» в нашій країні та початку так званих «газових війн» між двома державами. Це певною мірою спростовує міф про те, що саме за часів президентства В. Ющенка розпочалися інформаційні війни між нашими державами, а також відбулося значне погіршення іміджу України в Росії. Як бачимо з наведених даних опитування, пе-

редумови до цього існували ще за часів президентства Л. Кучми, і були лише посилені та розвинені пізніше, коли українське керівництво відмовилося від «багатовекторної» політики і активізувало власні зусилля до європейської та євроатлантичної інтеграції.

Так само можемо зробити висновок про те, що унаслідок відсутності потужного українського інформаційного ринку, слабкості представлення нашою державою української тематики у світі вибудовується спотворений образ України, складається хибне уявлення про цілі і досягнення її зовнішньої та внутрішньої політики, що негативно впливає на міжнародний авторитет України. Нині Україна перебуває в залежності від закордонних інформаційних структур і ЗМІ у справі формування світової громадської думки про себе. Крім того, поки що вона нездатна протистояти агітаційно-пропагандистським та маніпулятивним акціям інших держав, які через пряме втручання в український медійний простір намагаються забезпечити свої політичні та економічні інтереси.

Безперечно, правильно сформований міжнародний імідж України може стати вагомим доповненням у процесі нового розвитку нашої держави та допоможе перетворити її на повноправного і гідного гравця на міжнародній арені.

Література

1. Почепцов Г. Г. Информационные войны. – К.: «Ваклер», 2001. – 576 с.
2. Почепцов Г. Имиджология / Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук, 2000. – 574 с.
3. Пашукова Т. Імідж України і Росії в умовах політичних змін / Т. Пашукова // Соціальна психологія - 2005. - №5. – С. 3-15.
4. Крупський І. Електронні мас-медіа України від тоталітарного до пострадянського суспільства: хто і як формував інформаційний простір держави / І. Крупський // Телевізійна й радіожурналістика. Збірник науково-методичних праць. - Львів, 2005. - Вип. 6. - С.139 – 150.
5. Міжнародні Гуцал А. Украина-Россия: проблемы информационного взаимодействия [Электронный ресурс] / А. Гуцал // Российско-украинский бюллетень. – 1999. – №2 / официальная Интернет-страница Национального института украинско-российских отношений. – Режим доступа к журн.: http://www.niurr.gov.ua/ru/ukr_rus/bulletin_2/guzal.htm
6. Дацюк О.М. Роль російських ЗМІ у конструюванні іміджу України // О.М. Дацюк. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/33_NIEK_2008/Politologia/37180.doc.htm.
7. Пашков М., Чалий В. Міжнародний імідж України: погляд із Росії / М. Пашков, В. Чалий // Національна безпека і оборона – 2000. – С. 60.
8. Гребініченко О. Ю. Міжнародні рейтинги України як фактор впливу на національну безпеку держави: дис. на здобуття ступеню кандидата політ. наук : 21.01.01 / Гребініченко Олександр Юрійович. – К., 2008. – 221 с.
9. Петкова О. В. Методичний аспект дослідження іміджу країни (на прикладі дослідження іміджу України) / О. В. Петкова // Політичний менеджмент. – 2008. – № 5(32). – С. 168–175.
10. Міжнародний імідж України: міфи і реалії [аналітична доповідь Українського центру економічних і політичних досліджень ім. О. Разумкова] // Національна безпека і оборона. – 2000. – № 3. – С. 3–44.
11. Ялова О. В. Імідж України на західному і російському векторах зовнішньої політики: дис. на здобуття ступеню канд. політ. наук : 23.00.04 / Ялова Олена Володимирівна. – К., 2006. – 190 с.

12. Щегельська Ю. П. Інтегрований образ країни як складова політичної культури суспільства: дис. на здобуття ступеню канд. політ. наук : 23.00.03 / Щегельська Юлія Павлівна. – К., 2008. – 202 с.
13. Тихомирова Є. Б. Рольова участь публік рилейшнз у процесах політичної глобалізації: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра політ. наук: спец. 23.00.03 «Політична культура та ідеологія» / Є. Б.Тихомирова. – К., 2005. – 28 с.
14. Шевченко О.В. PR-технології в міжнародних відносинах: європейській досвід та перспективи України / О.В.Шевченко. – К.: Центр вільної преси, 2003. – 187 с.