

О.А. Сапрукін

УКРАЇНА В КОНТЕКСТІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ВПЛИВІВ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ ПУБЛІКАЦІЙ У ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ 2012-2013 РОКІВ)

У статті робиться спроба визначення й обґрунтування понять «інформаційна експансія», «інформаційна атака» на підставі організованих кампаній впливу на Україну за допомогою засобів масової інформації (ЗМІ) на прикладах Чемпіонату Європи з футболу в Польщі та Україні та можливого підписання Договору про асоціацію між Україною та Євросоюзом.

Ключові слова: засоби масової інформації, Україна, інформаційна експансія, інформаційна атака, інформація, повідомлення, євроінтеграція, Європейський Союз, Митний Союз, мас-медіа.

О.А. Сапрукін

UKRAINE IN THE IMPACT OF INFORMATION (BASED ON PUBLICATIONS IN THE MEDIA IN 2012-2013)

This article attempts to definition and justification the concepts of «information expansion», «information attack» on the basis of organized campaigns impact on Ukraine by the media (the media) the examples of European Football Championship in Poland and Ukraine and the possible signature of the Association Agreement between Ukraine and the European Union.

Keywords: media, Ukraine, information expansion, information attack, information, reports, European integration, the European Union Customs Union of the media.

Геополітичні інтереси деяких країн та політичне, економічне, історичне значення й географічне розташування України, численні інші фактори виявили намагання, умовно кажучи, Сходу і Заходу перетягнути Україну на свій бік, залишити або розповсюдити свій вплив на Україну.

Для досягнення цієї мети широко використовуються засоби масової інформації (ЗМІ), особливо друковані – через звичку до них у старшого покоління, і інтернет-ЗМІ – через інтерес до глобальної мережі в молоді.

І раніше – в основному в контексті різних політичних подій – за допомогою українських і світових мас-медіа здійснювалися інформаційні атаки значної сили. Серед них можна назвати так і не доведені факти щодо постачання Україною зброї в інші країни (скандал з постачанням протиракетних систем «Кольчуги» режиму С. Хусейна), збиття літака цивільної авіації Збройними силами України, галас навколо бажання України мати власний канал на Дунаї, численні звинувачення українських уболівальників у расизмі та неонацизмі напередодні Євро-2012.

Втім, вони ще не набували форми цілковитої інформаційної експансії. Питання про джерела і рушійні сили політико-економічної та етнічної експансії, про способи управління цими проце-

сами в сучасному світі набуває для України виняткове значення з огляду на її географічне, демографічне, економічне й культурне становище. І мета цієї статті полягає у визначенні й форм інформаційної експансії на прикладі публікацій, пов'язаних з Чемпіонатом Європи з футболу в Україні та Польщі (Євро-2012), євроінтеграційними намаганнями України тощо. Слід зауважити, що автор ні в якому разі не коментує політичні події та політичні дії персон, владних структур, партій тощо – лише наукові визначення та аналіз деяких сучасних соціально-комунікативних технологій, які здійснюються за допомогою ЗМІ.

Інформаційна експансія є технологією, набагато значнішою, ніж «інформаційна війна» або «інформаційна атака». Власне, ці технології можна вважати складовими інформаційної експансії. Зазвичай терміном *інформаційна експансія* позначають систему, що склалася в засобах інформації розвинених держав, і методи, використані для пропагандистського забезпечення досягнення певних геополітичних цілей. У деяких джерелах, особливо у виданнях радянської доби, інформаційна експансія визначається як «інформаційний імперіалізм» [10]. Втім, таке визначення не є повним

і всеосяжним. Наприклад, Україна є далекою від імперських амбіцій, але необхідність у неагресивних формах проведення інформаційної експансії вже розуміється владою, мас-медіа, бізнесовими колами, суспільством.

Інформаційна експансія потребує значних ресурсів, передусім, фінансових і інтелектуальних. Тому використовують її державні органи розвинених країн (за допомогою державних і приватних інформаційних установ і заходів) або транснаціональні корпорації для досягнення певних цілей: захоплення ринків збуту, участь у великих міжнародних тендерах, доступ до дешевої сировини і робочої сили, політичні та військові цілі тощо.

Інформаційна експансія може мати на меті:

✓ вплив на владу іншої країни (прийняття/ скасування її рішень, дій, інтеграційних намагань, стабілізації або дестабілізації суспільного стану в країні, регіоні тощо);

✓ контроль в укладенні міжнародних угод, у формуванні міжнародних спілок (у політиці – вступ тієї чи іншої країни до союзів, блоків; в економіці – перемога в міжнародному тендері – постачання літаків, зброї тощо);

✓ втручання в геополітичну, військову, економічну концепції країни або союзу країн (наприклад, події в Сирії, Ірані);

✓ вплив на громадян країни з метою спрямування їх до тиску на владу;

✓ рекламно-пропагандистські мирні цілі (залучення іноземних туристів до своєї країни).

Прикладом інформаційної експансії, як з метою внутрішнього, так і зовнішнього впливу, є пропагандистські заходи в гітлерівській Німеччині, які давали суттєвий результат – значна частина населення Німеччини на початку весни 1945 р. була впевнена в перемозі, тоді як насправді результат війни вже був визначений [7].

Ознаками інформаційної експансії на сьогодні можна вважати:

1) публікацію значної низки матеріалів, спрямованих на створення або дискредитацію певної політичної сили, політики, здійснюваних реформ; створення негативного іміджу політичної сили, руху, державного діяча, значного заходу в країні – об'єкти інформаційної експансії, проведення підібраними рекламними та івент-агентствами, а також «експертами» низки підтримуючих заходів (інтерв'ю, прес-конференції, лекції);

2) концентрацію газет, журналів, радіо і телебачення, а також засобів зв'язку спеціалізованими корпораціями;

3) пряме підпорядкування засобів інформації та зв'язку олігархічному капіталу;

4) відкрите втручання державних органів у сферу ЗМІ, заборону або позазаконне обмеження свободи слова;

5) панування порівняно невеликої кількості засобів масової інформації й інформаційних агентств на ринку новин;

6) монополізація інформаційного простору країни або регіону;

7) поглиблення диспропорцій у забезпеченості засобами інформації і зв'язку між розвиненими державами і країнами, що розвиваються;

8) використання друкованою пресою, радіо, телебаченням й інформаційними агентствами розвинених країн інформаційного забезпечення власної внутрішньої та зовнішньої політики на територіях інших країн.

Подібні загрози описані в науковій літературі досить широко. Наприклад, Я. Жарков, завідувач кафедри інформаційно-психологічного протидорства КНУ ім. Т.Г. Шевченка, вважає, що для України ознаками інформаційної експансії є «збільшення присутності іноземних ЗМІ в інформаційному просторі України, зростання кількості вітчизняних ЗМІ, що належать іноземним власникам, протиправний збір, отримання, використання та розповсюдження інформації з метою дискредитації міжнародного іміджу України, провокації з метою загострення внутрішніх протиріч і напруги в суспільстві; заходи іноземних держав щодо радіоелектронного впливу та радіоелектронного придушення засобів масової інформації в Україні, розв'язування протидорства в інформаційно-комп'ютерних мережах (порушення ефективності функціонування засобів телебачення та радіомовлення, особливо в прикордонних районах країни, цілеспрямоване розповсюдження комп'ютерних вірусів і спеціальних програм перехоплення інформації у глобальних і локальних комп'ютерних мережах)» [3].

Інший бік інформаційної експансії визначає відомий український вчений і легендарний журналіст В. Карпенко. Він підкреслює, що втручання держави, монополій у галузь інформації та зв'язку також є проявом інформаційної експансії. З урахуванням історії та географічного розташування України можна впевнено визначити інформаційну експансію з боку Російської Федерації (наявність багатьох російських друкованих видань, телепрограм на інформаційному ринку України), а в деяких випадках і з боку інших країн, з якими Україна має спільний кордон. В. Карпенко вважає, що «українське телебачення і радіо та московське про одну і ту саму подію нерідко розповідають по-різному. Ні дивуватися з цього, ні тим більше обурюватися цим не варто: українське телебачен-

ня має виражати інтереси української держави, московське ж – російської, а вони, як відомо, не збігаються [4]». Є інші приклади:

1. В українських газетах прямо вказувалося про інспірування відповідної інформаційної підтримки з боку спецслужб сусідньої держави щодо протидії створенню українського судноплавного каналу на Дунаї.

2. Негативними матеріалами про Крим ЗМІ закладають міну уповільненої дії в успішність курортного сезону на півострові [12, 12-13].

Інформаційна експансія є глобальним явищем, тобто здійснюється не тільки через ЗМІ. Оцінюючи причини поразки СРСР у «холодній війні», російські дослідники Р. Луговець і В. Поляков вважають, що «Захід і, перш за все, США здобули перемогу за допомогою новітніх інформаційних технологій, а точніше, дезінформаційних методів і засобів її ведення». «Інформаційна експансія ... неспішно «формує» в економіці, політиці, обороні, інформатиці, у духовній і в інших сферах нашого державного, суспільного й особистого життя ті напрями, які визначають подальшу долю Росії як інтелектуального та сировинного придатка нинішнього цивілізованого світу». Тому особливо актуальним є те, що «за останні 15 років витрати на розроблення і придбання засобів інформаційної боротьби у США збільшилися вчетверо і посідають перше місце серед витрат на всі їхні програми озброєнь» [6, 34].

Разом з тим слід зазначити, що інформаційна експансія може приймати як агресивну форму, так і абсолютно моральну та легітимну форму інформаційної діяльності. Наприклад, держава через ЗМІ й інформагентства роз'яснює громадянам або світовій спільноті певні свої кроки, особливо, якщо вони не є популярними в суспільстві або зачіпають чийсь інтереси; державні й недержавні установи всіляко пропагують українські курорти заради збільшення кількості туристів і, відповідно, грошових надходжень.

Будь-яка держава може використовувати інформаційну експансію (або її окремі елементи) для створення позитивного іміджу, щоб викликати у світового суспільства доброзичливе ставлення до країни і її народу, сформувані бажання зрозуміти, відвідати країну. Прикладом позитивної форми інформаційної експансії можна назвати дії державних органів Туреччини, Кіпру, Італії, Єгипту щодо реклами своїх курортів, пансіонатів тощо в багатьох країнах світу.

Влада в Україні визнає небезпеку агресивних форм інформаційної експансії з боку іноземних держав. Водночас неспроможність влади України

до створення власної інформаційної експансії призводить до сумних наслідків (підготовка і проведення Євро-2012, канал Дунай – море, втрата частини шельфу біля острова Зміїного тощо).

Напередодні Євро-2012 Україна відчула на собі таку форму впливу як *інформаційна атака*, яка є однією з форм інформаційної експансії. Відмінність полягає, головним чином, у *локальності мети і часу здійснення*. Яскравим прикладом інформаційної атаки на Україну є Євро-2012.

У даному випадку інформаційна атака має два етапи.

1. На початковому етапі влада України тривалий час зволікала з початком робіт до чемпіонату, було допущено низку помилок тощо. Але реакція європейських ЗМІ була надзвичайно м'якою – в той час в Україні існував прозахідний уряд, який цілком влаштовував Захід у цілому. Деякі заходи вживала лише Європейська футбольна спілка (УЕФА): моніторинг щодо підготовки об'єктів до чемпіонату, м'який тиск на владу, висловлення занепокоєння станом підготовки чиновниками УЕФА. Втім, тональність європейських ЗМІ була досить доброзичливою.

2. Після зміни влади та спрямування величезних зусиль на підготовку до Євро-2012, початку фінансування робіт на об'єктах інфраструктури, інформаційна експансія на Україну набула значної інтенсивності й агресії. Наприклад, газета *Süddeutsche Zeitung* (ФРН) опублікувала матеріал, що, начебто, українські та польські функціонери підкупили чиновників УЕФА, щоб досягти своєї мети й отримати право на проведення чемпіонату [16, 2]. При прийнятті рішень про проведення великих спортивних змагань певне значення має власне спорт, дуже велике – економіка, і найбільше – геополітика. У цьому сенсі Чемпіонат Європи з футболу в Польщі та в Україні, який ще не почався, вже можна вважати невдалим рішенням, пише в редакційній статті *Le Monde* [15]. Серед інших прикладів можна назвати спробу бойкотувати Євро-2012 західними посадовцями, сюжет на ВВС про величезну хвилю расизму в Україні. Потім британська влада запевнила, що вболівальникам нема чого боятися, але «осад залишився».

Публікацій такого негативного спрямування – безліч, причому – за короткий період часу.

Як можна пояснити причини цієї інформаційної атаки? На думку політолога Д. Видріна, це пояснюється загостреною в Європі боротьбою за ресурси – фінансові, технологічні тощо. «Попередній президент Франції Ніколя Саркозі доклав значних зусиль, щоб Європа розширялася не на схід, а на південь. Але для цього необхідні аргументи. Ними є реальні й вигадані проблеми. ... Британські по-

літологи відзначають, що в країні триває активна негативна пропаганда на адресу України. Вони провели моніторинг і нарахували за один день 600 негативних матеріалів про Україну». За даними тих само фахівців з Великої Британії, 90% цих репортажів засновані на вигаданих проблемах. Злива негативу зростала з наближенням Євро-2012, і це, на думку заступника члена постійної делегації Верховної Ради в ПАСЄ А. Плотникова, не випадково: «Є супротивники того, що честь проводити чемпіонат надано саме Україні та Польщі. Звідси і бажання показати, що УЄФА помилилася» [9, 2].

Ці та безліч інших прикладів доводять, що Україна піддається інформаційній атаці, яка, як уже зазначалося, є складовою інформаційної експансії.

До речі, моніторинг інтернетфорумів засвідчив: серед громадян Євросоюзу критикують Україну ті, хто в ній ніколи не був; і навпаки – ті, хто гостив в Україні, прямо зауважують про інсинуації у західних ЗМІ.

Доказом цього є новини, які надходять з європейських мас-медіа, висловлення про Україну вболівальників з Європи. Приміром, Англійська футбольна Асоціація (ФА) подала офіційну письмову скаргу на телеканал ВВС, який напередодні старту чемпіонату Європи з футболу 2012 р. розгорнув кампанію, спрямовану на дискримінацію країн-господарок турніру, – інформує британська газета «Daily Mail» [1].

У травні в програмі ВВС Panorama був продемонстрований фільм, в якому йшлося про проблеми расизму та футбольного хуліганства на стадіонах України та Польщі, а колишній гравець збірної Сол Кемпбелл радив англійцям уникнути поїздки до країн-господарів («Навіть не думайте ризикувати, адже це може скінчитися тим, що ви повернетесь звідти в труні»).

Іншим яскравим прикладом інформаційної експансії є євроінтеграційні устремління України. Як приклад можна навести статтю головного редактора проекту Strategic Europe Європейського центру Карнегі Джуді Демпсі у газеті «Нью-Йорк Таймс». Вона зазначає, що «висловлювання Путіна [на святі ВМС у Севастополі] відображають усе більш відчайдушні спроби заманити Україну в Єдиний економічний простір Росії, економічний блок, в який вже вступили Білорусь і Казахстан і який Росія використовує, щоб консолідувати свій вплив у регіоні ... Ці спроби відбуваються на тлі інтенсивної конкуренції між Росією та Європейським Союзом за вплив у Східній Європі, включаючи Білорусь і Україну, а також у Молдові, Грузії, Вірменії та Азербайджані», – продовжує автор. Ці країни належать Східному партнерству Євросоюзу, мета якого полягає в їхній інтеграції в блок шляхом демократизації та ринкової економіки. В обмін

Євросоюз розширить торгівлю, лібералізує візову систему і надасть фінансову допомогу [14].

На думку Є. Смоляра, регіонального експерта Польського інституту міжнародних справ у Варшаві, «... Росія протистоїть зближенню цих країн з Євросоюзом» [18, 12].

У свою чергу російський політикун через пресу та численних експертів розповсюджує інформацію про начебто негативні наслідки для України в разі підписання угоди про асоціацію з Євросоюзом. Наприклад, президент Росії В. Путін неодноразово підкреслював, що підписання тих чи тих угод між Україною та ЄС є суверенним вибором України. Водночас – попереджав: у разі підписання угод про асоціацію України з Євросоюзом і створення зони вільної торгівлі між ЄС і Україною, РФ буде змушена вжити заходів щодо захисту власних економічних інтересів і активно захищатиме свої ринки від українських товарів, а також порушить питання про виключення України із зони вільної торгівлі СНД [8].

Негативної думки про євроінтеграцію дотримується і більшість преси Росії. Моніторинг цієї теми дає такі результати:

Стаття «Украина, одумайся! Анализ условий Договора между Украиной и ЕС»; стаття О. Орлова Православний інформаційно-аналітичний портал «Москва – Третій Рим», в якій аналізуються наслідки євроінтеграції України [6]; Телеканал «Росія» порівняв євроінтеграцію України з евтаназією [11] тощо. Вплив може здійснюватися через численні ток-шоу, виступи окремих відомих осіб, інтерв'ю. Показовим є інтерв'ю російського журналіста С. Брильова з радни-ком Президента РФ В. Путіна з питань регіональної економічної інтеграції С. Глазєвим. Інтерв'ю явно заангажоване – журналіст не тільки ставить запитання, але й коментує євроінтеграційні намагання України, припускає оціночні судження, що у інтерв'ю для журналіста є неприпустимим («Необхідно вводити митний режим»). До погроз припускається і радник президента РФ: «Росія може запровадити візи для України» [2].

Прикладів інформаційного впливу на владу та суспільство в Україні лише тільки з приводів Євро-2012 та Вільнюського саміту вистачить для більш значного за обсягом дослідження, ніж стаття.

Яких же висновків можна дійти на підставі наведеного, який досвід набути?

Передусім, слід відзначити неймовірну потужність інформаційної атаки на Україну і пасивність влади, яка не здійснила контрнаступальних дій, обмежуючись лише обороною. Це, на думку багатьох дослідників, проблема не тільки в контексті Євро-2012 та угоди про асоціацію з ЄС, а й у контексті всієї української політики всі 20 років незалеж-

ності. Наприклад, австрійська журналістка Ютта Зоммербауер зазначає, що «час підготовки до ЧС було піар-провалом ...» [17, 3].

Слід зазначити, що у випадку Євро-2012 інформаційна атака не вдалася повною мірою: так, через потужну інформаційну обробку в Україну приїхала мінімальна кількість туристів із Німеччини, Великої Британії та Франції, але з країн, де така обробка була мінімальною або її не було взагалі (Швеція, Нідерланди), приїхала значна кількість уболівальників, і їхня думка про Україну є позитивною. Далі, за ефектом «круги на воді», вона, напевно, пошириться по Європі. Це спостерігається ще до закінчення чемпіонату: Україна та Польща вже встановили рекорд за відвідуваністю чемпіонату, а Київ на 25.06.2012 уже перевершив показники відвідуваності чемпіонатів іноземними уболівальниками [13]. На думку президента УЄФА Мішеля Платіні, «Польща та Україна провели фантастичний турнір, який надовго зали-

шиться в нашій пам'яті» [5, 4]. І західна преса вже змінює тональність публікацій: «The Independent»: Українське Євро – курорт; «The New York Times»: Київ – одне з найяскравіших міст ХХ століття.

Владі, громадським організаціям, мас-медіа необхідно надавати громадянам інформацію про переваги та недоліки євроінтеграції, вести активну пропагандистсько-роз'яснювальну діяльність. Поки що цю нішу переважно заповнюють закордонні мас-медіа.

Необхідно піддавати аналізу причини інформаційної атаки – як об'єктивні, так і суб'єктивні. В першому випадку Україна має можливість усунення власних недоліків, помилок тощо; у другому – активно, іноді навіть агресивно протидіяти проявам негативного інформаційного впливу на державу.

Нарешті, необхідно виявляти цілі інформаційної експансії, активно та прозоро протистояти їм через вітчизняні ЗМІ.

Використані джерела

1. Англичане жалуются на Би-Би-Си // Сегодня. – №139 (4151). – 25.06.2012. – С. 13.
2. Брилев С. Сергей Глазьев: евроинтеграция – самоубийство для Украины [Електрон. ресурс] // Интернет-газета «Вести.ру», 12.10.2013. – Електрон. текст. дані. – Режим доступу : <http://www.vesti.ru/doc.html?id=1141134> Загол. з екрана. – Мова : рос. – Перевірено 27.10.2013.
3. Жарков Я.В. Напрямыи зовнішнього інформаційно-психологічного впливу на Україну [Електронний ресурс] / Я.В. Жарков // Офіційний сайт центру воєнної політики та політичної безпеки. – Електрон. текст. дані. – Режим доступу : http://defpol.org.ua/site/index.php?option=com_content&view=article&id=149&Itemid=99. – Загол. з екрана. – Мова : рос. – Перевірено : 19.01.2012.
4. Карпенко В. Інформаційний простір як чинник національної безпеки України [Електрон. ресурс] / В. Карпенко // Українознавство. – Електрон. текст. дані. – Режим доступу : <http://www.ualogos.kiev.ua/fulltext.html?id=76> – 22.03.2008. – Загол. з екрана. – Мова : рос. – Перевірено : 19.01.2012.
5. Левенштейн И. Президент УЕФА Мишель Платини дал Евро-2012 самую высокую оценку / И. Левенштейн // Экономические известия. – № 107. – 2 июня 2012. – С. 4.
6. Орлов А. Украина, одумайся! Анализ условий договора между Украиной и ЕС [Електрон. ресурс] / А. Орлов // Православный информационно-аналитический портал «Москва – Третий Рим». – Електрон. текст. дані. – Режим доступу: <http://3rm.info/39188-analiz-usloviy-dogovora-mezhdu-ukrainoy-i-es.html> – 18.09.2013. – Загол. з екрана. – Мова: рос. – Перевірено 28.10.2013.
7. Пропаганда во время Второй мировой войны [Електрон. ресурс]. – Електрон. текст. дані. – Режим доступу: http://ru.wikipedia.org/wiki/Пропаганда_во_время_Второй_мировой_войны. – 05.01.2007. – Загол. з екрана. – Мова: рос. – Перевірено : 19.01.2012.
8. Путин: в составе ТС сотрудничество Украины с ЕС было бы выгоднее [Електрон. ресурс]. // РИА «Новости». – Електрон. текст. дані. – Режим доступу: <http://ria.ru/world/20130919/964448733.html> – 19.09.2013. – Загол. з екрана. – Мова : рос. – Перевірено 26.10.2013.
9. Рафал А. Имидж Украины: больше позитива / А. Рафал, Д. Гомон // Сегодня. – №120 (4132). – 01.06.2012. – С. 2.
10. Сивцев В. Информационный империализм и борьба за новый международный порядок / В. Сивцев, В. Сеидов // МЭМСГ. – 1983. – № 3; Дзэконова Л.И. «Информационный империализм» и борьба за новый международный информационный порядок в странах Западной Африки Т1976-1981 гг.). МГУ им. М. Ломоносова / Л.И. Дзэконова. – М., 1983. – 21 с.; Кашлев Ю.Б. Информационный империализм / Ю.Б. Кашлев. – М. : АПН, 1984. – 85 с.
11. Телеканал «Россия» сравнил евроинтеграцию Украины с эвтаназией [Електрон. ресурс] // Сайт «Левый берег». – Електрон. текст. дані. – Режим доступу: http://lb.ua/news/2013/09/23/228602_telekanal_rossiya_sravnil.html – 23.09.2013. – Загол. з екрана. – Мова : рос. – Перевірено 28.10.2013.
12. Халилов Р. Конкуренты Крыма больше не ведут информвойны / Р. Халилов // Комментарии. – 12.03.2010. – 12 марта (№9 (209)). – С. 12-13.
13. Хроніка Євро-2012. Вісімнадцятий день [Електрон. ресурс] // Інформаційний центр «Україна-2012» – Електрон. текст. дані. – Режим доступу: <http://ukraine2012.gov.ua/news/182/54813/>. – Загол. з екрана. – Перевірено: 26.06.21012.
14. Circulation numbers for the 25 largest newspapers // The Boston Globe. – 2010. – 25.10. – P.7.
15. Dempsey J. The Kremlin Tries Charm to Counter E.U. // The New York Times – 5.08.2013. – P. 12.
16. Euro-2012 en Ukraine: une mauvaise décision // Le Monde. – 6.06.2012.
17. Kistner Thomas Von. Wir begrüßen diese Klage // Süddeutsche Zeitung. – 28.10.2010. – P.2.
18. Sommerbauer Jutta. Im Strafraum: Rote Karte für die Ukraine // Die Presse. – 07.06.2012.