

Гуславська Олена Тарасівна,
студентка магістеріуму спеціальності «Документознавство та інформаційна діяльність», Національний університет «Острозька академія»

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ВПЛИВ РОСІЙСЬКОЇ ФЕДЕРАЦІЇ НА УКРАЇНУ ТА ПОЛЬЩУ (НА МАТЕРІАЛАХ ВИДАНЬ «ИЗВЕСТИЯ» ТА «НЕЗАВИСИМАЯ ГАЗЕТА»)

У статті розглядається питання про інформаційний вплив Російської Федерації через друковані засоби масової інформації на Україну та Польщу. В дослідженні опрацьовано газетні матеріали Російської Федерації «Известия» та «Независимая газета». Досліджувалися статті за п'ять місяців поточного року, оскільки ми намагалися прослідкувати інформаційний вплив на Україну на даний час. Також було виведено у відсотковому відношенні характер інформації, та проаналізовано різницю подання інформації щодо України і Польщі з боку Росії.

Ключові слова: *імідж, інформаційний вплив, засоби масової інформації, Україна, Польща, Російська Федерація, газета, інформація.*

В статье рассматривается вопрос об информационном влиянии Российской Федерации через печатные средства массовой информации на Украину и Польшу. В исследовании проработано газетные материалы Российской Федерации «Известия» и «Независимая газета». Исследовались статьи за пять месяцев текущего года, поскольку мы пытались проследить информационное влияние на Украину в настоящее время. Также были выведены в процентном отношении характер информации, и проанализированы различия представления информации в отношении Украины и Польши со стороны России.

Ключевые слова: *имидж, информационное воздействие, СМИ, Украина, Польша, Российская Федерация, газета, информация.*

This paper deals with the informational impact of the Russian Federation through the print media in Poland and Ukraine. In this study, we have processed materials Russian newspaper «Izvestia» and «Nezavisimaya Gazeta». Articles were tested in five months of this year, because we tried to trace the informational influence on Ukraine at present. There have been deduced as a percentage of the information, and analysis of the difference representation of information about Poland and Ukraine from Russia.

Keywords: *image, informational influence, the media, Ukraine, Poland, Russian Federation, newspaper, information.*

Актуальність заявленої теми зумовлена тим, що в сучасному світі інформаційних технологій імідж виступає тим ресурсом і потенціалом, який не тільки впливає на зовнішньополітичні зносини з іншими державами і ставлення міжнародної спільноти до держави, а й слугує підтримкою авторитету і сили держави на міжнародній арені, виступає однією із характеристик її могутності. Також важливо зазначити, що відносини України з Росією та Польщі з Росією були і залишаються одним із пріоритетів державної політики. Але все ж таки Російська Федерація намагається чинити вплив зі свого боку на Україну та Польщу, і цей вплив перш за все носить інформаційний характер, від якого в першу чергу потерпають вище зазначені країни. І тому досить важливим є дослідження того, якою мірою проявляється інформаційний вплив на ці країни і чи він є позитивним чи негативним. На сьогодні від цих відносин залежить і економічна, і політична, і соціальна сфери, в кожній з яких склалися свої проблеми. І тому це дуже актуальна тема, тому що саме в останні роки ці держави стали розуміти важливість своїх стосунків.

Російська Федерація через свої видання намагається впливати на Україну негативним чином, вона є агресором щодо неї. У повідомленнях чітко виражений негативний контекст, часто висвітлюються новини про українського походження злочинців, грабіжників та вбивць, що скоїли злочини на території Росії, усе це здійснено з однією метою – щоб надати Україні статусу нестабільної, бідної, не спроможної налагодити порядок у середині держави на міжнародній арені. Щодо Польщі, то тут усе значно простіше – інформаційний вплив є, в основному, ситуативними

за характером, нецілеспрямованими та проявляється індивідуальним ставленням.

Метою нашого дослідження є аналіз ЗМІ Російської Федерації за однаковий період та встановлення відмінності подання інформації даних країн. Відтак, для дослідження було використано метод контент – аналізу, який найкраще зможе показати нам чи й справді існує інформаційний вплив на Україну та Польщу з боку Росії.

Об'єктом контент – аналізу є щоденні друковані ЗМІ Росії загальнодержавного рівня за лютий – червень місяці 2010 року.

Предметом дослідження є характер оцінки матеріалів російських ЗМІ, позитивні, негативні чи нейтральні відгуки у статтях газет.

Умова проведення аналізу – однакова періодичність та популярність (або тираж у відсотковому співвідношенні до кількості населення) друкованих ЗМІ.

Категорії аналізу:

- країна поширення друкованого ЗМІ (Росія);
- рік та місяць видання (лютий, березень, квітень, травень, червень 2010 року);
- оцінка предмету дослідження (позитивна, негативна, нейтральна).

Одиниці аналізу – мовні одиниці в окремих статтях, що стосуються досліджуваної теми.

Одиниці рахунку – кількість зустрічань категорій і одиниць аналізу в текстах ЗМІ.

Гіпотеза дослідження – інформаційний вплив Росії на Польщу є прагматичним (пріоритетним є співжиття з Польщею, а не вплив на неї). Росія в цьому аспекті виступає агресором щодо України, її інформаційний вплив є цілеспрямованим.

В даному дослідженні ми опрацювали газетні матеріали Російської Федерації «Известия» та «Независимая газета». Досліджувалися статті за п'ять місяців поточного року, оскільки ми намагалися прослідкувати інформаційний вплив на Україну на даний час [7; 8].

Ці газети було обрано для дослідження тому, що у них однакова періодичність, це є щоденні, незалежні видання.

Відтак, розглянемо детальніше результати контент – аналізу.

В газеті «*Независимая газета*» за період лютого – червня 2010 року про Україну згадується у 470 статтях. Порахуємо частку позитивної, негативної та нейтральної інформації (табл. 1).

Таблиця 1
Результати контент – аналізу «Независимой газеты»

«Независимая газета»	Лютий (к-ть статей)	Березень (к-ть статей)	Квітень (к-ть статей)	Травень (к-ть статей)	Червень (к-ть статей)	Відсоткове відношення
Характер інформації						
Позитивна	18	9	25	22	12	10,4%
Негативна	32	41	67	52	43	47,6%
Нейтральна	23	47	20	58	35	42,2%

Отже, інформація про Україну в даний період подавалася у нейтральному характері (42,2%), однак ми бачимо, що відсоток негативної інформації теж доволі високий – 47,6%. Що ж стосується позитивної інформації, то її частка не велика – 10,4% [8].

Газета «*Известия*» опублікувала за період лютого – червня 2010 року про Україну згадується у 683 статтях. Дослідивши їх на зміст оціночної інформації, отримаємо такі дані (табл. 2).

Таблиця 2
Результати контент – аналізу «Известия»

«Известия»	Лютий (к-ть статей)	Березень (к-ть статей)	Квітень (к-ть статей)	Травень (к-ть статей)	Червень (к-ть статей)	Відсоткове відношення
Характер інформації						
Позитивна	29	19	25	31	19	15%

Негативна	41	45	58	45	88	37,3%
нейтральна	53	37	53	73	135	53,7%

З поданих даних видно, що це видання також подавало інформацію у нейтральному світлі (53,7%), але відсоток негативної інформації є наближеним до переважаючого показника (37,3%). І знову невеликий відсоток позитивної інформації – лише 15% [7].

Таким чином, російські ЗМІ постійно висвітлювали тему виборів до Верховної Ради України. Велика частка інформації приділялась президентським виборам. Часто зустрічалися негативні оціночні судження щодо рішень колишнього Президента України В. Юшенка. Досить очевидно була підтримка уряду В. Януковича, але його політика часто висміювалась, це яскраво прослідковувалось на тому, що наш Президент абсолютно не володіє українською граматику, усі його публічні виступи часто викликають у навколишніх людей сміх та розчарування і все це обов'язково є присутнє у ЗМІ будь-яких країн, не лише Росії.

Цікавим є той факт, що досить часто подавалися новини про грабїжників, емігрантів, гвалтівників та убивць, які виявлялися громадянами України, що ще більше додавало негативу.

Дещо інша ситуація в російських ЗМІ щодо Польщі. В газеті «*Независимая газета*» за період лютого – червня 2010 року про Польщу згадується у 231 статті. Порахуємо частку позитивної, негативної та нейтральної інформації (табл. 3).

Таблиця 3
Результати контент – аналізу «Независимой газеты»

«Независимая газета»	Лютий (к-ть статей)	Березень (к-ть статей)	Квітень (к-ть статей)	Травень (к-ть статей)	Червень (к-ть статей)	Відсоткове відношення
Характер інформації						
Позитивна	7	10	12	7	19	21%

Негативна	17	13	26	21	22	37,7%
нейтральна	28	38	15	25	17	45,2%

Як бачимо, відсоткова кількість позитивної інформації значно більший (21%), ніж спостерігалось для України, нейтральної (45,2%). А от негативної великий відсоток теж – 37,7%. Це проявляється у тому, що на ці місяці припадає велика трагедія, що вразила увесь світ – смерть польського президента Леха Качинського. І тому інформація висвітлена у більш нейтральному світлі, в газеті виявляли здебільшого співчуття до трагедії, і лише згодом починали висувати різноманітні гіпотези про те, кому було це вигідно, хто міг бути причетним до цієї катастрофи. Майже у кожному номері газети були статті про Польщу, трагедію, похорон, проводи усім світом президента [7].

Газета «*Известия*» опублікувала за період лютого – червня 2010 року про Польщу 363 статі. Дослідивши їх на зміст оціночної інформації, отримуємо такі дані.

Таблиця 4
Результати контент – аналізу «*Известия*»

« <i>Известия</i> »	Лютий (к-ть статей)	Березень (к-ть статей)	Квітень (к-ть статей)	Травень (к-ть статей)	Червень (к-ть статей)	Відсоткове відношення
Характер інформації						
Позитивна	24	31	15	22	30	37,1%
Негативна	16	27	20	30	26	29,6%
нейтральна	32	25	25	13	26	33,3%

Тут частка позитивної інформації є домінуючою – 37,1%, негативна – 29,6%, і трішки більший показник нейтральної інформації – 33,3%. Отже, російські ЗМІ в основному подають інформацію

про Польщу в нейтрально – позитивному світлі. Тут також, як і в попередньому виданні, багато інформації відводиться темам про катастрофу польського літака, про скорботу і пошану загиблим людям і президенту Польщі з дружиною [8].

Звідси робимо такі висновки, що у російських ЗМІ повідомлення про Україну подавалися у кожному 2-5 номері газети, а про Польщу – у кожному номері, при чому іноді на один випуск газети припадало 2-3 повідомлення (нагадаємо, що для дослідження ми обирали однакові за тиражем друковані ЗМІ – щоденні газети).

Що стосується самої інформації, то бачимо таку різницю між російськими ЗМІ про Україну та Польщу:

1. «Независимая газета» та «Известия» писали про політичні події в Україні та надавали оціночні їм судження. Часто висміювалася позиція Президента України, його неосвіченість, хоча з явною підтримкою його уряду (можливо з якоюсь вигодою для своєї країни). Була інформація про знову «нібито» дострокові парламентські вибори, про те що український уряд знову не може знайти спільної мови у справах щодо країни і прикладом є стаття у газеті «Независимая газета»);

2. Повідомлення соціального характеру містили чітко виражений негативний контекст, використовувалося так зване приховане порівняння двох націй – української та російської, де остання сприймалася кращою. Зокрема йдеться про ті статі, в яких розповідається про злочинців, грабіжників та вбивць, що є українцями за національною приналежністю, але скоїли злочин на території Росії, що безумовно надає негативу у сприйнятті;

3. Позитивна інформація взагалі у досить низькому коефіцієнті у порівнянні з негативною та нейтральною. Лише деякі повідомлення зустрічалися, що стосувалися акценту уваги на вступ України в ЄС та категоричну відмову від вступу в НАТО, але експерти вважають ці успіхи скромними та нестійкими;

4. Щодо Польщі, то тут російські ЗМІ подавали інформацію в основному соціального характеру (про польсько-російські відносини, примирення двох країн, незважаючи на історію ворожнечі, що точилась між ними, проекти у галузі журналістики та науки);

5. Із такими подіями як трагедія у Смоленську, пізніше – по-

хороном та скорботою, збільшилася кількість повідомлень про Польщу в обох виданнях однаковою мірою. І у виданні «Известия» і у виданні «Независимая газета» акцентувалась увага на позитивно – нейтральній інформації;

6. Варто зазначити й те, що у російських ЗМІ про Польщу зазвичай зустрічалися повідомлення інформаційно – аналітичного характеру (були й інтерв'ю з першими особами держави та їх думки щодо подій в Польщі).

Отже, гіпотеза, яку ми ставили перед нашим завданням підтвердилася. Російська Федерація намагається цілеспрямовано здійснювати свій вплив на нашу державу, вона й справді виступає агресором щодо України. Аналіз інформаційних джерел Республіки Росії щодо Польщі, показав, що вони є, в основному, ситуативними за характером, нецілеспрямованими та проявляють індиферентне ставлення.

Відтак, для створення, зміни та поширення ефективного іміджу країни необхідно витратити 15–20 років на цілеспрямовану та скоординовану діяльність у зазначеному напрямку:

1) налагодити співробітництво та залучення представників урядових структур, бізнесових кіл, представників культури, освіти та засобів масової комунікації;

2) дослідити сприйняття країни власним населенням та міжнародною спільнотою (яка виступає основним об'єктом іміджу), використовуючи кількісні та якісні методи дослідження;

3) проконсультуватися з лідерами думок щодо слабких та сильних національних рис країни та порівняти з результатами дослідження;

4) побудувати іміджеологічну стратегію, яка повинна включати професійну модель іміджу та види комунікацій, передбачаючи при цьому різні шляхи комунікацій для різних цільових груп (потенційні туристи зазвичай трохи відрізняються від інвесторів, хоча і пов'язані між собою);

5) створити систему, яка б пов'язувала організації та відділи, що можуть бути частиною іміджу.

Однією із складових національної PR-програми має бути активізація інформаційної політики України. Необхідно доносити до міжнародної спільноти правду про нашу країну, пропагуван-

ня її надбання і цінності. Головний акцент має бути поставлений на тому, що Україна – це європейська держава з багатим сировинним потенціалом, родючою землею, сприятливими кліматичними умовами та високим інтелектуальним потенціалом. Українське суспільство володіє значним ринком кваліфікованої робочої сили. В економіці є перспективні напрямки міжнародної співпраці – це галузі, що здатні виробляти високотехнічну продукцію для завоювання міжнародних ринків.

Отже, для того, щоб задіяти весь іміджевий потенціал нашої держави, необхідні продумана державна інформаційна політика й чітко сплановані іміджеві кампанії. Вдале поєднання внутрішньої та зовнішньої складової іміджу дасть можливість скорегувати негативний імідж України та створити підстави для формування позитивного іміджу. Саме зовнішньополітичні техніки PR дозволяють не протидіяти стереотипам, а створювати новий імідж країни чи запускати нові позитивні характеристики, які б закріпили її позиції на міжнародній арені та в міжнародному співтоваристві. Іміджеві кампанії України повинні базуватися на дослідженнях щодо вже існуючого іміджу країни, враховувати національні особливості цільових груп та досвід зарубіжних країн. Але з початку імідж кампанії має передувати поява та завоювання світового ринку високоякісними вітчизняними продуктами, які б асоціювалися у міжнародній спільноті з Україною.

Література

1. Барань, Є., Ібрагімова, І Україна в світових рейтингах [Електронний ресурс] : Інтернет-стаття / Офіційний сайт. – Режим доступу: <http://www.center.gov.ua/docman/download-document.html?gid=791>. – Заголовок з екрану.

2. Імідж України і Росії в умовах політичних змін [Електронний ресурс] : Інтернет-стаття / Офіційний сайт. – Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua/press/4a0132f1c7502/>. – Заголовок з екрану.

3. Інформаційна потужність держави як складова національної безпеки [Електронний ресурс] : Інтернет-стаття / Офіційний сайт. – Режим доступу: <http://www.propolis.cm.ua/node/13>. – Заголовок з екрану.

4. Україна: погляд з-за меж [Електронний ресурс] : Інтернет-стаття / Офіційний сайт. – Режим доступу: <http://www.experts.in.ua/baza/analitic/index.php?id>. – Заголовок з екрану.

5. Інформаційна війна в епоху глобалізації [Електронний ресурс] : Інтернет-стаття / Офіційний сайт. – Режим доступу: <http://www.jimagazine.lviv.ua/seminary/2000/sem13-04/>. – Заголовок з екрану.

6. Інформаційна війна: загрози інформаційній безпеці України [Електронний ресурс] : Інтернет-стаття / Офіційний сайт. – Режим доступу: <http://www.franko.lviv.ua>. – Заголовок з екрану.

7. Известия [Електронний ресурс] : Інтернет-стаття / Офіційний сайт. – Режим доступу: <http://www.izvestia.ru/>. – Заголовок з екрану.

8. Независимая газета [Електронний ресурс] : Інтернет-стаття / Офіційний сайт. – Режим доступу: <http://www.ng.ru/>. – Заголовок з екрану.