

Юрій БІДЗІЛЯ,
Мар'яна СТЕЦКІВ

ІМІДЖ УКРАЇНИ В РОСІЙСЬКИХ ЕЛЕКТРОННИХ ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ (на прикладі телеканалів ОРТ, НТВ і РТР)

Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: філологія. Випуск 20.

УДК 070:621.39:7097(477.87)

Бідзіля Ю., Стецків М. Імідж України в російських електронних засобах масової інформації (на прикладі телеканалів ОРТ, НТВ та РТР); стор. 10; кількість біографічних джерел – 7; мова українська.

Анотація: у статті досліджується шляхи формування іміджу України в російських електронних мас-медіа.

Ключові слова: імідж, відносини, засоби масової інформації, бренд-політика, інформаційний простір, соціологічні дослідження, формування, медіаполітика, дослідження, випуск новин.

Summary. The subject of the article is ways of Ukraine image forming in Russian electronic mass media.

Key words: image, relationships, mass media, brand policy, information space, sociological investigations, forming, media policy, investigation, news airplay.

Проблема взаємовідносин України з Росією у всі часи залишалась актуальною для нашої держави. Сьогодні це питання набуло особливої гостроти, адже на фоні поступового зближення України з країнами Євросоюзу (вступ до СОТ, організація чемпіонату Європи з футболу та ін.) Російська Федерація залишається одним з найважливіших стратегічних партнерів. Держави пов'язують не лише спільні кордони, але й багатовікова спільна історія. Велика частина українських товарів продається саме на ринку сусідньої федерації, а Росію ж в свою чергу Україна цікавить як транзитна держава та благодатний ґрунт для російських інвестицій. Хоча не слід забувати про такі інтереси як Крим та Чорноморський флот. Незважаючи на протиріччя, які виникають час від часу, обидві держави намагаються підтримувати добросусідські відносини.

Широкий спектр як мирних, так і конфліктних відносин між двома державами яскраво представлений у засобах масової інформації. Саме тому предметом нашого дослідження стали електронні ЗМІ Росії, зокрема ОРТ, НТВ та РТР (телеканал «Россия»). Вибір цих каналів пояснюється тим, що вони охоплюють майже всю Росію, ведуть мовлення у світі, до того ж є активними учасниками українського інформаційного простору.

Об'єктом дослідження стала методика формування іміджу України в російських електронних ЗМІ. Для дослідження ми обрали випуски новин на цих телеканалах за період з грудня 2007 до лютого 2008 року. У цей час в Україні відбулись події, що знайшли цікаві коментарі на російському телебаченні, зокрема це вибори до Верховної Ради, обрання прем'єром Юлії Тимошенко, газові конфлікти, вступ України до СОТ, заявка керівництва країни щодо приєднання до Плану дій НАТО.

Проблема формування іміджу України в російських ЗМІ вже була предметом дослідження

таких науковців, як Василь Лизанчук, Ольга Зубик, Тетяна Пашукова, Оксана Гриценко та інші. Однак методика формування негативного іміджу саме на російському телебаченні маловивчена на сьогодні.

Перед собою ми поставили ряд завдань: проаналізувати методи формування іміджу України у російських ЗМІ, порівняти сюжети новин про нашу країну на різних телеканалах, простежити еволюцію поглядів російських каналів стосовно України. Дослідження дасть ґрунт для узагальнення стосовно участі російських ЗМІ у створенні іміджу України на світовій політичній арені та їх впливу на національний інформаційний простір, відкриє можливості виявити провідні тенденції в поглядах на нашу країну.

На думку Тетяни Пашукової, імідж – це образ, який створюється цілеспрямовано і наділяє політичний об'єкт (особу, організацію, країну) додатковими соціальними і політичними цінностями, що сприяє його більш емоційному сприйняттю [3, 4]. Образ України, у свою чергу, також цілеспрямовано формується як українським суспільством, так і міжнародним співтовариством. Питання в тому, якими політичними і соціальними якостями наділяють нашу державу одні та інші і якого емоційного сприйняття досягають.

Образ України складається з багатьох чинників: це і рівень розвитку права, судочинства, демократії, і культурні особливості, але чи не найважливішими є економічний фактор та політична «вага» на світовій арені.

Іншим важливим аспектом формування іміджу держави є проведення бренд-політики. Під брендом країни розуміють національну ідею країни, її інтелектуальну власність, тобто комплекс думок, відчуттів, асоціацій та уявлень, що виникають у людини, коли вона бачить або чує назву

країни/ Бренд-політика, на думку дослідниці Ольги Зубик, - це процес створення та поширення за допомогою міжнародних засобів масової комунікації бренду країни [2]. Звичайно, значну роль у формуванні іміджу відіграють медіа.

Не останню роль у формуванні зовнішнього іміджу України відіграє Росія. Це пояснюється тим, що віками наша держава була частиною Російської імперії, згодом частиною СРСР. Століттями головні вказівки стосовно політики, економіки та культури України йшли з Москви. Розпад Союзу суттєво змінив стосунки між державами. За останніми соціологічними дослідженнями Інституту вивчення Росії, лише 26% російських громадян вважає, що Україна зможе існувати без Росії. До речі, у це вірять лише 37,9% українців (див.: Додаток 1).

Обидві держави намагаються офіційно не псувати відносин, але не завжди це вдається. До прикладу наведемо слова Путіна до президента США Джорджа Буша, яке облетіло мас-медіа України та й світу: «Україна – це навіть не держава. Що таке Україна? Частина її території – це Східна Європа, а частина, причому значна, подарована нами!» [5, 9]. Крім того, відчутна певна залежність нашої країни від Російської Федерації. Остання часто цим користується з метою нав'язати свою політику, здебільшого це призводить до дестабілізації всередині українських владних структур та в суспільстві загалом.

Одним з механізмів впливу є і російське телебачення. Середньостатистичний росіянин черпає інформацію про Україну з російського телебачення (72%). За соціологічними дослідженнями Інституту вивчення Росії, більшість росіян та українців вважають, що між обома країнами сусідські стосунки (див. Додаток 2).

Внаслідок поширення російських ЗМІ на пострадянських просторах і ширше формуються уявлення про особливості політичного, економічного та соціального життя нашої держави серед громадян значної кількості країн світу. Російські електронні мас-медіа не тільки одноосібно формують образ України в світі, але й досить часто стають активними учасниками внутрішніх політичних процесів у самій Україні. Росія не приховує своєї агресивної інформаційної політики щодо сусідніх держав. Згідно з «Концепцією зовнішньої політики Російської Федерації», важливими зовнішньополітичними завданнями Росії, як зазначає І.Підлуська, є «доведення до широких кіл світової громадськості об'єктивної і точної інформації про її позиції з основних міжнародних проблем, ...прискорений розвиток... власних ефективних засобів інформаційного впливу на громадську думку за кордоном» [4, 25-26].

Саме тому медіаполітика російських ЗМІ стає суттєвим чинником в українсько-російських відносинах.

Слід додати, на неурядовому рівні є й етичні домовленості між працівниками російських мас-медіа. Маємо на увазі Кодекс професійної

етики російського журналіста, який схвалений Конгресом журналістів Росії у 1994 році. Але тут відсутні етичні норми, пов'язані з специфікою телебачення. Є ще Хартія телерадіомовлення, яку підписали і найпопулярніші телеканали Російської Федерації. Деякі з її положень ми будемо використовувати при аналізі сюжетів відомих російських телекомпаній. Зокрема такі, як проведення чіткої різниці між повідомленнями про факти, коментарі та припущення, щоб уникнути їх ототожнення; в усіх випадках критика і відповідь на критику повинні бути передані в однаковій формі і взаємно поєднуватись; прагнення до якісного висвітлення позицій обвинувачення і захисту всіх осіб, які мають відношення до справи; обнародування інформації не повинне ставитись у залежність від політичних, комерційних та інших інтересів третіх осіб; недопустима організація інформаційних кампаній з цілеспрямованою дискредитацією громадян та організацій.

У рамках нашого дослідження, важливо також взяти до уваги деякі положення ВВС (Британської мовної корпорації), які вважаються одними з канонів світової журналістики. Серед них виділимо наступні: достовірність, неупередженість, відстороненість.

Хронологічно ми охопили період з грудня 2007 по лютий 2008 року, коли на провідних телеканалах Росії часто звучали повідомлення про Україну. Це можна пояснити зацікавленням російських журналістів українською тематикою. Та це зацікавлення виникло не просто так. За цей період в нашій державі відбулась низка подій, які й повинні були отримати відгук на російському телебаченні. У сюжетах про Україну можна виділити найпопулярніші теми: це газова криза, заборона транслювати фільми в українських кінотеатрах без українського перекладу, вступ України до СОТ, намір приєднатися до плану дій щодо членства у НАТО, різні події у Верховній Раді (блокування трибуни, обрання прем'єр-міністра тощо).

Провладний телеканал ОРТ приділяє особливу увагу українській тематиці, але висвітлює українські події переважно з кремлівських позицій. Найбільш цікавим для нашого дослідження був матеріал Віталія Кадченка «Вот тебе бабушка и Юлин день: куда поведет Украину новый премьер», що прозвучав у програмі «Новости» від 9 грудня 2007 року, де автор цікаво поєднав різні сюжетні лінії. Вражає негативне забарвлення відеосюжету і повне ігнорування професійних журналістських принципів. У цьому матеріалі журналісти знехтували достовірністю фактів, присутнє і відверте їх перекошування: «Чтобы как-то отвлечь внимание людей от политических дрызг, украинские власти развернули целую кампанию по написанию истории независимой Украины. Историю того, чего никогда не было, трудно писать лишь на первый взгляд. В такой истории, где герои Украины Мазепа и Карл XII, во всех бедах Украины виновата, конечно же, Россия, и тут главное не напоминать никому о том, что Украина всегда была

ее составной частью»[1]. Зауважимо, що кожна держава має право на своїх героїв, яких визначає народ, а не сусідня країна. Крім того, Україна була частиною Росії лише декілька століть. Такий коментар журналістів не просто вводить глядача в оману, а й формує негативне ставлення до нашої держави. НТВ – перше комерційне телебачення в Росії, що має федеральний статус. Втім це визначення досить умовне, оскільки основний пакет акцій знаходиться у «Газпрому», який перебуває під контролем держави.

Як один з найбільших російських телеканалів, НТВ активно повідомляє про події в сусідніх державах, зокрема в Україні. Більшість подій передаються короткими повідомленнями ведучого на зразок: «Сегодня на Украине...» або «...и к событиям на Украине». Але трапляються і репортажі. Особливістю цього каналу є те, що журналісти чи не в кожному матеріалі про Україну інформаційної програми «Сегодня» велику увагу приділяють особі прем'єр-міністра України Юлії Тимошенко. Звичайно не пройшов повз уваги мас-медіа візит українського прем'єр-міністра до Москви. За переговорами між нею та головою «Газпрому» Олексієм Міллером спостерігав Володимир Кондратєв. Він у своєму сюжеті «Тимошенко хочет разорубить «газовый узел» не забув згадати про зовнішній вигляд гості: «Тимошенко была одета в отличии от вчерашнего дня, когда она была вся в белом, так более-менее строго, в черной юбке, так рабочий характер подчеркнула»[6].

Покажем у питанні цілеспрямованої російської політики стосовно української культури є сюжет інформаційної програми «Вести» телеканалу РТР «Украина чествует фашиста-палача». Його вважаємо найкращим прикладом недотримання основного пункту Хартії телерадіомовлення – не проведено чіткої різниці між повідомленнями про факти, коментарі та припущення. Ведуча у підводці до матеріалу відразу створює упереджене ставлення до теми сюжету: «Переписанная история и обыкновенный фашизм. Торжества на западе Украины. Во Львове под бравурные марши раздаются награды называющим своим героем командира повстанческой армии. На знамени тех, кто забыл о сотни тысячах уничтоженных украинцев, поляков, евреев, имя Романа Шухевича. О биографии палача, из которого делают героя – Илья Канаев»[7]. У

цьому матеріалі порушено ще один пункт домовленості телеканалів, адже журналісти розповідають про Романа Шухевича, висвітлюючи позицію російської влади, яка критикує Україну за так зване «переписування» історії. Невизнання російською владою воїнів УПА накладає свій відбиток у висвітленні цього питання у мас-медіа.

Кожен з досліджуваних каналів має свої особливості у подачі інформації глядачеві, але є у них і дещо спільне. По-перше, усі ці телеканали підписали Хартію телерадіомовлення, у якій задекларували основні принципи об'єктивного мовлення. По-друге, жоден із згаданих телеканалів не дотримується цієї Хартії.

На сучасному етапі стосунки між Україною та Росією значно погіршилися. Про це говорять дані останніх соціологічного дослідження, яке проводила компанія GfK Ukraine у 2005 році, 21.1% українців назвали Росію недружньою країною, і за цим показником вона займала друге місце після США. Опитування цієї ж компанії у 2007 році «вивело» РФ на перше місце з показником 27.7%.

Це пов'язано, насамперед, з бажанням України звести до мінімуму залежність від могутнього сусіда, з економічними, політичними факторами взаємовідносин, з неетичною та безпеліційною інформаційною політикою Російської Федерації через ЗМІ.

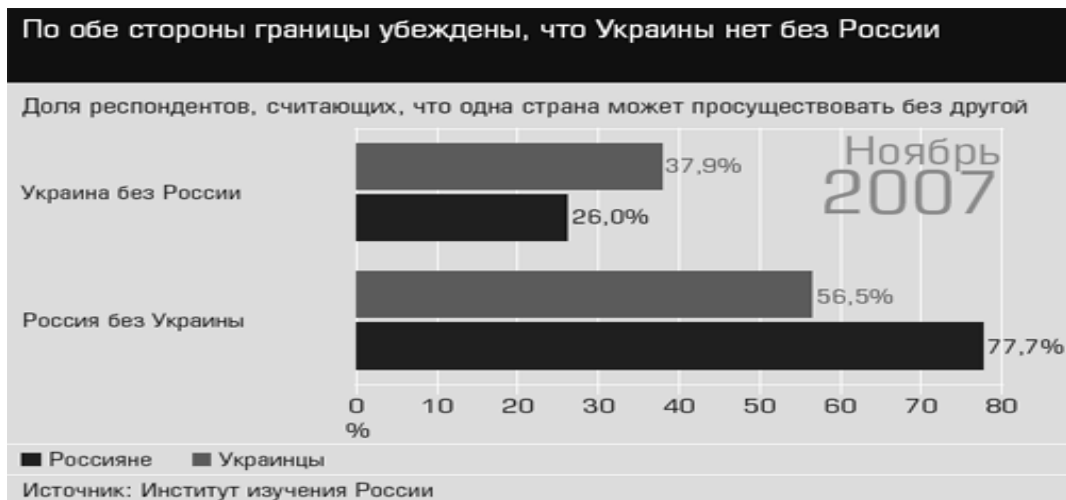
Усі російські телеканали цілеспрямовано і свідомо роблять суттєву помилку, у своїх сюжетах вони часто застосовують сполучення слів «на Украине», що стосується певної частини території. І хоча Україна вже 18 років самостійна держава, росіяни вперто продовжують використовувати саме це сполучення, замість «в Україні».

Політика Росії стосовно нашої країни дедалі більше набуває агресивних рис. Це стосується й інформаційної політики, яка здійснюється через засоби масової інформації. Інформаційний простір України перенасичений російськими і проросійськими мас-медіа, тим самим ці ЗМІ впливають на суспільну думку українських громадян. Це свого роду інформаційний тиск, і тільки тоді, коли Україна позбудеться його, питання національної інформаційної безпеки та негативного іміджу України серед росіян та у світі загалом буде закритим.

Література

1. Вот тебе бабушка и Юлин день: куда поведет Украину новый премьер // ОРТ, «Новости» від 09.12.2007.
2. Зубик О. Імідж України – погляд з-за меж // experts.in.ua/baza/analtic/detail.php?ID=11063
3. Пашукова Т. Імідж України і Росії в умовах політичних змін // Соціальна психологія. – 2005. - № 5 (13).
4. Підлуська І. Україна в світовому інформаційному просторі // Українська журналістика в контексті світової: Зб. наукових праць. – К., 2001. – Вип.5
5. Росія піде на все //Новинар. - 11-17 квітня 2008. - № 14(33)
6. Тимошенко хочет разорубить «газовой узел» // НТВ, програма «Сегодня» від 21.02.2008
7. Украина чествует фашиста-палача // http://www.vesti.ru/videos?vid=125128&doc_type=news&doc_id=168848&p=1

Додаток 1.



Додаток 2.



Бідзіля Юрій Михайлович – кандидат філол. наук, доцент, завідувач кафедри журналістики УжНУ.

Стецьків Мар'яна Володимирівна – випускниця відділення журналістики УжНУ, аспірант факультету журналістики ЛНУ ім. І.Франка.