

Максим Хилько,

канд. філос. наук, старш. наук. співроб. Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка

МАСОВО- ТА СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В РЕАЛІЗАЦІЇ ЦІЛЕЙ ЗОВНІШНЬОЇ ПОЛІТИКИ РОСІЙСЬКОЇ ФЕДЕРАЦІЇ У ХХІ СТ.

Проаналізовано використання Росією масовокомунікаційних і соціально-комунікаційних технологій для реалізації своїх зовнішньополітичних цілей. Зазначено, що особливу увагу використанню сучасних можливостей таких технологій Росія почала приділяти з кінця першого десятиліття ХХІ ст., що знайшло відображення в офіційних документах, які визначають цілі зовнішньої політики РФ. Показано, як саме Росія застосовує технології масових і соціальних комунікацій для реалізації своїх цілей щодо України.

Ключові слова: соціальні комунікації, масові комунікації, комунікаційні технології, пропаганда.

Неефективність прояву належної гуманітарної та інформаційної політики, усвідомлення керівництвом країни значення й ролі масовокомунікаційної та соціально-комунікаційної складової державної політики у ХХІ ст. стали одними з ключових чинників, що призвели до складної зовнішньо- і внутрішньополітичної ситуації, у якій опинилася Україна навесні – влітку 2014 р. Російські сценарії анексії Криму та збройного протистояння на Донбасі не могли б бути реалізовані без масштабної масово- та соціально-комунікаційної роботи, яку системно проводила РФ. Без аналізу відповідної складової російської зовнішньої політики неможливими є упередження її негативних впливів на суспільство та на позиції України на світовій арені, повноцінне забезпечення державної безпеки, ефективна реалізація національних інтересів.

Метою дослідження є аналіз застосування Російською Федерацією масово- та соціально-комунікаційних технологій у реалізації цілей своєї зовнішньої політики, зокрема стосовно України. Об'єктом дослідження є російська зовнішня політика, предметом дослідження – технології масових і соціальних комунікацій, які застосовує РФ для її реалізації.

Питання масово- та соціально-комунікаційних впливів на зовнішню політику розпочали досліджувати у світовій і вітчизняній науковій думці

порівняно недавно. У західній науковій думці цей науковий напрям розробляється переважно в руслі досліджень «м'якої сили» – термін уперше вжив американський дослідник Д. Най у книзі «Зобов'язані бути лідером. Мінлива природа американської потужності» (1990 р.) [1], пізніше більш розгорнуто розкрито термін у книзі «М'яка сила. Шляхи до успіху у світовій політиці» (2004 р.) [2]. Комунікаційні технології відіграють значну роль у тому комплексі несилкових, непримусових заходів, який називають «м'якою силою». При цьому західні дослідники значну увагу приділяють соціально-комунікаційним технологіям, в основі яких лежить суб'єкт-суб'єктна передача смислів.

Вітчизняні дослідники, як унаслідок авторитарної спадщини, так і в силу специфіки існування України в агресивному інформаційному середовищі за практично повної відсутності власної державної інформаційної політики, більше уваги приділяють технологіям масовокомунікаційного впливу, пропаганді, інформаційним війнам. Найбільш відомим вітчизняним дослідником з цієї тематики є Г. Почепцов, який уже 2000 р. опублікував працю «Інформаційні війни» [3], і з тих пір регулярно пише матеріали з проблематики інформаційних впливів, наприклад «Перша смислова війна у світі» [4].

Ще одним відомим дослідником інформаційних впливів у міжнародній політиці є вітчизняний науковець О. Литвиненко [5]. Вагомий внесок у дослідження теми масовокомунікаційних впливів на світову політику зробили такі вітчизняні науковці, як О. Зернецька [6], Т. Шульга [7], О. Яхно [8], А. Готун [9] та ін. Застосування Росією «м'якої сили» в зовнішній політиці досліджують у своїх працях О. Єремєєв, Д. Кондратенко [10], А. Луценко [11] та ін. Водночас проблематика застосування РФ комунікаційних (особливо соціально-комунікаційних) технологій у реалізації своєї зовнішньої політики залишається недостатньо дослідженою, тим більше що масштаби застосування відповідних технологій Росією, як і їхня різноманітність, зростають щороку.

Уже в 1990-х роках Росія домінувала в українському інформаційному просторі, включаючи телевізійну продукцію, радіоэфір, шоу-бізнес, друковані ЗМІ, книжковий ринок. Цього РФ вдалося досягнути як за допомогою державного фінансування випуску відповідної російської продукції, так і через дії потужного лобі серед українських (за громадянством) політиків і чиновників, які саботували підтримку випуску української продукції, а також «крізь пальці» дивилися на масове завезення контрабандою до України дешевих російських книжок, що робило нерентабельною роботу українських видавців.

У 2000-х роках, із стрімким зростанням світових цін на нафту й газ (основні джерела експорту РФ), Кремль отримав фінансові можливості істотно розширити арсенал засобів «м'якого» впливу на українське суспільство (як і на суспільства інших країн). За державним замовленням і фінансуванням розпочалося масове виробництво російських художніх і мультиплікаційних фільмів, телесеріалів, телешоу, які заповнили телефір України та інших пострадянських держав. Більшість із них мають явний або прихований ідеологічний підтекст, поширюючи вигідні для Кремля смислові конструкції, сприяючи формуванню міфів про «руський мир», спільне «отечество» (читаємо тут рос. мовою), протиставляючи їх Заходу, апелюючи до ностальгії за «славним» радянським та імперським минулим, формуючи образ ворога з «бандерівців» і «западенців». На замовлення російського капіталу аналогічна медіа-продукція вироблялася і в самій Україні.

Крім масовокомунікаційних впливів, Росія активно використовує й можливості соціальних комунікацій. Потужним інструментом Кремля є Російська православна церква, яка агресивно нав'язує прихожанам ідеї «руського мира» й донедавна брала активну участь у політичному житті України. Також у 2000-х роках в Україні за російські гроші було створено ряд псевдогромадських організацій і рухів, які виконували ідеологічні функції: псевдоветеранські організації, спортивні молодіжні псевдопатріотичні рухи на Сході України, чимало вихідців з яких у 2014 р. стали членами озброєних угруповань сепаратистів, організація так званих історичних реконструкторів (у 2014 р. одним з лідерів озброєних сепаратистів на Донеччині став колишній активний учасник реконструкцій боїв радянської армії І. Гіркін). Російські політтехнологи з початку 2000-х років «окупували» український ринок реклами (і не лише політичної), унаслідок чого українському виборцю й споживачу нав'язувався радянсько-російський менталітет (наприклад, у 2013–2014 рр. рекламна кампанія в Україні одного з найбільших світових виробників безалкогольних напоїв мала виразний контекст ностальгії за СРСР). Російський бізнес в Україні також негласно виконував пропагандистські уставки Кремля, зобов'язуючи персонал мереж своїх магазинів і закладів харчування спілкуватися з клієнтами російською мовою та нею ж публікувати всю інформацію для споживачів.

Особливу увагу Росія приділяє новітнім медіа – інтернет-виданням, соціальним мережам, форумам. У всіх соцмережах, які мають значну кількість користувачів у Росії та в Україні (перш за все «ВКонтакте» та Facebook), було створено та популяризовано ряд груп, явні та приховані

модератори яких нав'язують учасникам основні кліше російської пропаганди, закликають до антиукраїнських дій. Кремль утримує «армію» високооплачуваних так званих інтернет-тролів, до завдань яких входить написання вигідних Москві коментарів у соціальних мережах та інтернет-форумах, впливаючи, такими чином, на громадську думку не лише в Росії та Україні, а й у Європі та США [12].

Проаналізувавши понад 400 українських ЗМІ, представлених у мережі Інтернет, а також інформацію в популярних соціальних мережах «ВКонтакте», Facebook, Twitter, LiveJournal у період з 28 лютого по 4 квітня 2014 р., Центр медіа-комунікацій «Нова Україна» виявив факти активного використання російською пропагандою такого нового явища, як інтернет-мем (від англ. meme, що означає ідею, поведінку, стиль, що поширюється від однієї людини до іншої). У вказаний період у проаналізованих ЗМІ було виявлено близько 3 тис. оригінальних новин і статей, у яких вживався штучний інтернет-мем «вежливые люди» – кліше російської пропаганди для позначення окупаційних військ, які висадилися в Криму без розпізнавальних знаків [13]. Українська медійна сфера виявилася неготовою протистояти таким технологіям, і вітчизняні ЗМІ, свідомо чи несвідомо, стали провідниками російської пропаганди, метою якої була підміна понять «окупанти» чи «російські військові» на «ввічливі люди зі зброєю». Відомий вітчизняний дослідник Г. Почепцов справедливо зазначає, що аналогічним чином росіяни запровадили в медіа-простір поняття «народний мер», «народний губернатор», прибравши таким чином прикмети незаконності самопроголошених лідерів сепаратистів. Натомість легальну українську владу російські ЗМІ подають не інакше як «хунта» і «самопроголошена київська влада» [4].

Сукупність заходів із застосування технологій масово- та соціально-комунікаційних впливів на свідомість і підсвідомість громадян України стали на заваді переходу від радянської до української ідентичності людей старшого покоління, а також формували в значній кількості молодих людей, особливо на Сході та Півдні України, радянсько-російський менталітет та українофобію. Водночас у самій Росії велася активна антиукраїнська пропаганда, яка формувала уявлення про нібито поділ населення України на «братську» більшість «малоросів» та агресивну меншість «фашистів-западенців», яких фінансують країни Заходу. У підсумку, коли у 2014 р. війська РФ окупували Крим, значна частина українських солдат не ідентифікувала їх як супротивника та практично не чинила спротиву, тоді як російські військові були готові до активних силових дій.

На відміну від України, Росія роками ґрунтовно готувалася до інформаційного та ідеологічного протистояння, вивчаючи світовий досвід застосування масово- та соціально-комунікаційних технологій і пристосовуючи його до своїх цілей. У Росії було написано десятки дисертацій і монографій, присвячених інформаційним війнам і використанню інформації в цілях геополітики. Поруч із глибокими дослідженнями масовокомунікаційних впливів, як, наприклад, праця Д. Ольшанського «Психологія мас» [14], у Росії значною популярністю користуються також праці С. Кара-Мурзи [15], І. Панаріна [16] та ряду інших авторів, які досить вільно інтерпретують історичні факти та західні комунікаційні теорії, пристосовуючи їх до потреб офіційної кремлівської пропаганди. Одночасно формується образ ворога, якого уособлюють країни Заходу, особливо США, і їхні «маріонетки» в державах колишнього соцтабору – Польщі, країнах Балтії, Україні, Грузії. Виховане відповідним чином нове покоління російських журналістів, медійників і піарників розцінюють знання про масово- та соціально-комунікаційні технології як зброю, не маючи при цьому моральних обмежень щодо її застосування, оскільки вважають нормальним маніпулювати свідомістю, вести інформаційні війни, перекручувати факти й навіть творити паралельну, вигадану інформаційну реальність.

Із прийняттям оновлених Концепції зовнішньої політики Російської Федерації (2013 р.) і Федерального закону «Про державну політику Російської Федерації по відношенню до співвітчизників за кордоном» (у редакції 2010 р.) Москва взяла курс на посилення ідеологічного впливу на країни СНД, особливо Україну, з використанням можливостей різних каналів комунікації для формування так званого «русского мира» як єдиного ідеологічного, мовно-культурного, релігійного, освітнього-наукового, мас-медійного середовища на базі російської євразійської геополітичної концепції. У ст. 41 Концепції зовнішньої політики РФ, зокрема, ідеться про розвиток власних ефективних засобів інформаційного впливу на громадську думку за кордоном [17]. Стаття 18 Федерального закону «Про державну політику РФ щодо співвітчизників» визначає необхідність надання державної фінансової та матеріально-технічної підтримки російським ЗМІ, які здійснюють поширення своїх матеріалів на території держав проживання «співвітчизників» [18]. При цьому комплекс заходів з підтримки «співвітчизників» фактично збігається з цілями інформаційної експансії, як їх визначають російські дослідники, зокрема щодо витіснення положень національної ідеології та національної системи цінностей і заміщення їх власними, нарощування присутності власних ЗМІ в інформаційній сфері об'єкта проникнення [19, с. 272].

«Організація та ведення інформаційного протиборства» офіційно входить до переліку завдань, що стоять нині перед збройними силами РФ [20]. 12 травня 2014 р. російська інформагенція «ИТАР-ТАСС», з посиланням на джерело в Міністерстві оборони РФ, повідомила, що в Збройних силах Росії сформовані війська інформаційних операцій, до завдань яких входить ведення кібернетичного та інформаційного протистояння з противником [21].

Унаслідок неефективності прояву державної політики в Україні значна частина населення виявилася беззахисною перед російською пропагандою. Щодня споживаючи російську інформаційну продукцію, жителі Криму та Донбасу не могли уявити рівень цинізму сучасних російських ЗМІ, які не гребують ні постановочними сценами, ні підміною відео-ряду та фотознімків, наприклад, називаючи кадри з російського Кавказу чи Сирії наслідками антитерористичної операції в Україні, а черги на українсько-польському кордоні – натовпами біженців до Росії. Докази неправдивої інформації російської пропаганди регулярно оприлюднюють вітчизняні ЗМІ та мас-медіа країн Європи та США (наприклад, у червні 2014 р. веб-сайт «Радіо «Свобода»» опублікував добірку матеріалів «Фальшивки російської пропаганди проти України» [22]). У березні 2014 р. випускники та студенти Могилянської школи журналістики навіть створили спеціальний веб-сайт StopFake – для спростування наклепів пропаганди про події в Україні [23].

Утім, окремі журналістські розслідування ентузіастів не можуть компенсувати неефективність відповідної цілісної державної політики. Телевізійна картинка та інтернет-репортажі про вигадані «звірства» українських «націоналістів» замінили реальність для частини жителів Донецького регіону, що значно ускладнює можливості нової української влади налагодити ефективні комунікації з ними, підриває основи єдиної держави, створює простір для втручання сусідньої держави у внутрішні справи України.

Висновки. Російська комунікаційна школа за останні півтора десятиліття освоїла основні західні концепції масово- та соціально-комунікаційних впливів, сприймаючи їх через призму радянської, імперської ідеології та розглядаючи їх як інструментарій агресивної реалізації державних інтересів РФ на світовій арені в тому вигляді, у якому уявляє ці інтереси сучасна російська правляча верхівка. При цьому російські дослідники витворили своєрідний симбіоз, поєднавши радянські авторитарні технології пропаганди з новітніми західними досягненнями в галузі масових і соціальних комунікацій.

Застосування комунікаційних технологій у реалізації зовнішньої політики РФ передбачено в нормативних документах останньої, зокрема в оновленій Концепції зовнішньої політики Російської Федерації (2013 р.) і у Федеральному законі «Про державну політику Російської Федерації по відношенню до співвітчизників за кордоном» (у редакції 2010 р.). Масово- та соціально-комунікаційні технології впливу РФ на зовнішню та внутрішню політику сусідніх держав, у тому числі на Україну, спрямовані на недопущення формування власної національної ідентичності, просуваючи, натомість, залучення громадян цих держав до так званого «русского мира» як спільного ідеологічного, мовно-культурного, релігійного, освітньо-наукового, мас-медійного середовища на базі російської свразійської ідентичності.

Національні інтереси та безпека України потребують негайного розроблення і втілення комплексу державної інформаційної політики (внутрішньої та зовнішньої), розбудови вітчизняного гуманітарного простору з ефективним застосуванням сучасних масово- та соціально-комунікаційних технологій. Необхідним є залучення до розробки відповідного комплексу заходів вітчизняних науковців і фахівців-практиків у відповідних галузях.

Список використаних джерел

1. *Nye J. S. Bound to Lead: The Changing Nature of American Power* / Joseph S. Nye, Jr. – New York : Basic Books, 1991. – 336 p.
2. *Nye J. S. Soft Power. The Means to Success in World Politics* / Joseph S. Nye, Jr. – New York : PublicAffairs, 2004. – 191 p.
3. *Почепцов Г. Г. Информационные войны* / Г. Г. Почепцов. – К. : Ваклер, 2000. – 576 с.
4. *Почепцов Г. Первая смысловая война в мире (Украина, Крым, Россия)* [Электронный ресурс] // *Mediasapiens.ua* : веб-сайт. – 2014. – 6.01. – Режим доступа: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/31194>. – Загл. с экрана. – Дата доступа: 03.06.2014.
5. *Литвиненко О. В. Інформаційні впливи і операції* / О. В. Литвиненко. – К. : НІСД, 2003. – 238 с.
6. *Зернецька О. В. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини : монографія* / О. В. Зернецька ; НАН України, Ін-т світ. економіки і міжнар. відносин. – К. : Освіта, 1999. – 346 с.
7. *Шульга Т. М. Комунікаційні системи епохи формування глобального суспільства* : дис. ... канд. політ. наук : спец. 23.00.04 / Шульга Тетяна

Миколаївна ; НАН України, Ін-т світ. економіки і міжнар. відносин. – К., 2001. – 183 с.

8. *Яхно О. М.* Україна в сучасному геополітичному просторі (політико-медійний аспект) : дис. ... канд. політ. наук : спец. 23.00.03 / Яхно Олеся Михайлівна ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т журналістики. – К., 2006. – 189 с.

9. *Готун А. М.* Нові інформаційно-комунікаційні технології в глобальній системі політичної комунікації : дис. ... канд. політ. наук : спец. 23.00.04 / Готун Андрій Миколайович ; НАН України, Ін-т світ. економіки і міжнар. відносин. – К., 2010. – 230 с.

10. The «Humanitarian dimension» of Russian foreign policy toward Georgia, Moldova, Ukraine, and the Baltic states / [Juhan Kivirdhk, Nerijus Maliukevicius, Olexandr Yermeev and others]. – Riga : Centre for East European Policy Studies, 2009. – 352 p.

11. *Луценко А. В.* Стратегії «м'якої сили» в геополітиці Сполучених Штатів Америки, Європейського Союзу та Російської Федерації : дис. ... канд. політ. наук : спец. 23.00.04 / Луценко Анастасія Володимирівна ; НАН України, Ін-т світ. економіки і міжнар. відносин. – К., 2010. – 199 с.

12. *Max Seddon.* Documents Show How Russia's Troll Army Hit America [Electronic resourse] // BuzzFeed. – June 2, 2014. – Mode of access: <http://www.buzzfeed.com/maxseddon/documents-show-how-russias-troll-army-hit-america>. – Title from the screen. – Date of access: 03.06.2014.

13. Як штучно створене словосполучення інфікувало українські ЗМІ [Електронний ресурс] // Нова Україна : веб-сайт Ін-ту стратег. дослідж. – Режим доступу: <http://newukraineinstitute.org/new?id=396>. – Назва з екрана. – Дата доступу: 03.06.2014.

14. *Ольшанский Д. В.* Психология масс / Д. В. Ольшанский. – СПб. : Питер, 2002. – 368 с.

15. *Кара-Мурза С. Г.* Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. – М. : Эксмо, 2007. – 864 с.

16. *Панарин И. Н.* Информационная война и геополитика / И. Н. Панарин. – М. : Поколение, 2006. – 560 с.

17. Концепция внешней политики Российской Федерации. Утверждена Президентом Российской Федерации В. В. Путиным 12 февраля 2013 г. [Электронный ресурс] // Министерство иностранных дел Российской Федерации : офиц. сайт. – Режим доступа: http://www.mid.ru/brp_4.nsf/0/6D84DDEDEDBF7DA644257B160051BF7F. – Загл. с экрана. – Дата доступа: 03.06.2014.

18. О государственной политике Российской Федерации в отношении

соотечественников за рубежом : Федеральный закон от 24 мая 1999 г. № 99-ФЗ [Электронный ресурс] // Министерство иностранных дел Российской Федерации : офиц. сайт. – Режим доступа: http://www.mid.ru/bdomp/ns-dgpch.nsf/1_a268548523257_ccc325726_f00357_db3/8440_d36903_c217_a4_c3257776003_a73_f5. – Загл. с экрана. – Дата доступа: 03.06.2014.

19. Манойло А. В. Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны / А. В. Манойло, А. И. Петренко, Д. П. Фролов. – 2-е изд., стереотип. – М. : Горячая линия-Телеком, 2009. – 541 с.

20. Задачи Вооруженных сил Российской Федерации [Электронный ресурс] // Министерство обороны Российской Федерации : офиц. сайт. – Режим доступа: <http://structure.mil.ru/mission/tasks.htm>. – Загл. с экрана. – Дата доступа: 03.06.2014.

21. Источник в Минобороны: в Вооруженных силах РФ созданы войска информационных операций [Электронный ресурс] // ИТАР-ТАСС. – 2014. – 12.05. – Режим доступа: <http://itar-tass.com/politika/1179830>. – Загл. с экрана. – Дата доступа: 03.06.2014.

22. Фальшивки російської пропаганди проти України (обережно, кадри насилля) [Електронний ресурс] // Радіо «Свобода». – 2014. – 5.06. – Режим доступу: <http://www.radiosvoboda.org/media/photogallery/25411514.html>. – Назва з екрана. – Дата доступу: 03.06.2014.

23. StopFake [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.stopfake.org>. – Назва з екрана. – Дата доступу: 03.06.2014.

Стаття надійшла до редакції 22.06.2014.

Maxim Khylo,

Institute of Journalism Taras Shevchenko National University of Kyiv

MASS-COMMUNICATIN AND SOCIAL-COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN ACHIEVING THE GOALS OF RUSSIAN FOREIGN POLICY IN XXI CENTURY

It is analyzed Russia's using of mass-communication and social-communication technologies for achieving its foreign policy goals. It is noted that at the end of the first decade of the XXI century Russia began to pay particular attention to the using of the modern possibilities of such technologies. And it has been reflected in the official documents, defining the objectives of the Russian foreign policy. It is shown, how Russia

used mass-communication and social-communication technologies to achieve its goals towards Ukraine.

Keywords: social-communications, mass-communications, communication technologies, propaganda.

Максим Хилько,

канд. филос. наук, ст. науч. сотр. Института журналистики Киевского национального университета имени Тараса Шевченко

МАССОВО- И СОЦИАЛЬНО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕАЛИЗАЦИИ ЦЕЛЕЙ ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В XXI В.

Анализируется использование Россией массово-коммуникационных и социально-коммуникационных технологий для реализации своих внешнеполитических целей. Отмечено, что особое внимание к использованию современных возможностей таких технологий Россия стала уделять в конце первого десятилетия XXI в., что нашло отражение в официальных документах, которые определяют цели внешней политики РФ. Показано, как Россия применяла технологии массовых и социальных коммуникаций для реализации своих целей относительно Украины.

Ключевые слова: социальные коммуникации, массовые коммуникации, коммуникационные технологии, пропаганда.