

Савінова Н. А.

*доктор юридичних наук, старий науковий співробітник,
Науково-дослідний інститут інформатики і права
Національної академії правових наук України*

ІНФОРМАЦІЙНА ВІКТИМІЗАЦІЯ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ В УМОВАХ ПРОПАГАНДИ АГРЕСІЇ

Понад увесь спектр інформаційних впливів (включаючи зовнішню деструктивну пропаганду), що здійснюються ззовні на населення України, внутрішні інформаційні негативні впливи вітчизняних ЗМІ сьогодні представляють хіба не найвищу загрозу для віктимізації населення держави – *пропаганда агресії в країні сьогодні утворює штучне перетворення населення на жертву соціальної катастрофи.*

Свідомість і психічні реакції людини залежать від подразників, одним з яких є інформація вербальної комунікації. Вона отримується та сприймається людиною, але під час отримання не сприймається мозком як механічний (болісний, неприємний, приємний, тощо) подразник, виступає нібито первинно прихованою, але в процесі перцепції (у разі усвідомлення її), проявляє свої якості для людини – негативні або позитивні. Але у будь-якому випадку, інформація лишається у свідомості (у свідомому або несвідомому), і та частина її, що усвідомлюється людиною, формує інтеракцію - взаємодію отримувача інформації (реципієнта) з передавачем інформації (комунікатором), яка також може бути позитивною так і негативною. Прояв такої інтеракції відбувається, насамперед, на рівні формування відповідних емоцій, які сприяють подальшій взаємодії, або відхиляють її шляхом прояву певних психічних реакцій і поведінки (від схвалення до протесту та агресії).

Впливи на психіку людини починаються від елементарних виховних процесів і тривають все її життя. Утім, такі інформаційні впливи носять, переважно, об'єктивний характер – вони інформують людину з різних джерел про те що є цінним і необхідним, шкідливим та небезпечним, утворюючи досвід людини, на підставі якого людина вже сама формує картину світу у якій існує і функціонує. У разі виникнення невирішених проблем у своїй картині світу вольова особа починає шукати шляхи вирішення питань. Так, поламане, вона намагається, полагодити, недосконале удосконалити, помилкове виправити.

Утім, об'єктивні обставини у світі не завжди можуть піддаватися контролю людини. Самі ж вони впливаючи на якість життя людини у суспільстві, також викликаючи емоції і поведінкові реакції.

Натомість, реальність навколо людини в умовах розвитку комунікативних та маніпулятивних можливостей інформаційного суспільства та звичної довіри до повідомлень телебачення, як «четвертої гілки влади», сьогодні у нашій країні стали причиною того, що населення країни послідовно перетворюється на жертву негараздів

зовнішнього походження. Під впливом негативних інформаційних повідомлень населення країни штучно занурюється у нібито замкнуте коло суцільних негараздів, вирішення яких лише бажати кращого.

Розуміючи це, продемонструємо лише невелику низку позицій щодо вітчизняних віктимізуючих через ЗМІ, і, зокрема телебачення, населення держави проблем, розуміння яких сьогодні в Україні є вкрай необхідним для подальшого зниження емоційної напруги та формування очагових поведінкових конфліктів в державі.

Формування у аудиторії синдрому «невирішуваних проблем». Переважна більшість вітчизняних новин різних каналів мовлення, переважно загальнодержавного покриття, представляють собою набір повідомлень переважно негативного змісту про непопулярні політичні рішення, переслідування, корупцію, загибель та поранення громадян України в АТО, страждань полонених громадян України у Донбасі, страждання громадян України на окупованих територіях, тощо.

Така «правда», безумовно, необхідна населенню держави, адже, ця інформація важлива для кожного громадянина. Натомість, вітчизняними телевізійними каналами вона подається лише як постановка проблеми: вона не аналізується, я подається як фактаж. Це повною мірою зрозуміло, з урахуванням того, що фінансування «новостійних» програм достатньо обмежене. Утім, професійне подання «новостійної» інформації має певні професійні критерії: вона має аналізуватися та доповідатися обізнаними журналістами так, щоб у аудиторії не виникало уявлення, що проблема не може бути вирішена, або не вирішується.

Так, *будь-яка новина негативного для населення змісту має коментуватися експертами у відповідній області, внаслідок якого аудиторія розумітиме, що проблема вирішується компетентними особами чи органами, чи підлягає вирішенню за умови певних дій з боку населення чи окремої його групи.* Наприклад, інформація у ЗМІ про побори в школах має бути прокоментована фахівцями у сфері освіти та правоохоронних органів, а населення повідомлене про те, що збирання грошей в школах державної та комунальної форми власності є злочинним і тягне кримінальне переслідування відповідно до ст. 183 КК України. Така інформація ЗМІ не викликатиме у населення уявлення про те, що «з системою не модна боротися», і що «всі – так», а, навпаки, девіктимізуватиме батьків, спрямовуючи їх на боротьбу з системним порушенням гарантованого в державі права на безоплатну освіту.

Цей же приклад повною мірою може бути застосований і щодо інформації про військові операції, прийняття рішень влади, що впливають на якості життя громадян, поведження з полоненими та жертвами окупації. Всі питання вирішуються, але на них потрібен час, і громадяни повинні це розуміти від ЗМІ, які поширюють інформацію про певну проблему.

Штучне поглиблення медіазалежностей аудиторії у погоні за рейтинковістю. Повідомлення, пов'язані з кров'ю, смертю у вітчизняних ЗМІ, переважно, не відрізняються

від формату інших новин. Утім, новинні повідомлення агресивного, некрофілістичного змісту, а також повідомлення з будь-яким сексуальним підтекстом належать до категорії найбільш ефективних медіавпливів, про що добре відомо досвідченим журналістам. Аудиторія підсвідомо завжди жадатиме «крові» і «сексу» і переглядатиме ті канали, які задовольняють ці залежності. На цьому також побудована значна кількість новостійних повідомлень. Демонстрація, говорячи мовою працівників ЗМІ, «смаженого» притягує аудиторію, і вірогідність того, що глядач, який отримав задоволення від агресії новин певного каналу, лишить його прихильником – стовідсоткова.

Класичним прикладом такої залежності населення є загальновідомі події справи Оксани Макар: все населення країни знало не лише фабулу подій, а й біографію і характер тілесних ушкоджень, яких зазнала потерпіла і смакувала подробиці, які щоденно були передовицею як телебачення. Так і друкованих ЗМІ. Чому? Тому що населення демонструвало підвищений інтерес саме до цієї новини, і рейтинговість телеканалу залежала від характеру повідомлення про подробиці злочину, які цікавили аудиторію більш ніж сама подія. Остання ж, відверто кажучи, жодним чином не відрізнялася від будь-якого іншого вбивства з помилкою в об'єкті.

Аналогічним прикладом сьогоденних новин є постійні повідомлення про жертв АТО, і, зокрема, щодо поранень або вбивств.

Інформація про загиблих та зниклих має подаватися у ЗМІ у форматі, який мотивує патріотичні настрої як бійців, так і населення країни, сприяти мобілізації, а не діяти на шкоду інтересам України, деморалізуючи населення і перетворюючи бійців у свідомості аудиторії на жертви свавілля або непрофесіоналізму. *Висвітлення військових операцій повинна мати усталений у військовій журналістиці формат: повідомлення про події, ефективність та результат операції, досягнення та втрати з обох (!) боків, перспективу розвитку подій. Аналогічно, у разі невдалої операції, подібна новина має оцінюватися як негативна, і, в такому випадку, вона також потребує коментарів експертів з формулюванням перспектив вирішення проблеми, якнайменше, на певному етапі.*

Штучна деморалізація аудиторії через ланцюги негативних новин. Повідомлення у новинах переважної більшості національних телеканалів несуть негативну інформацію яка пригнічує аудиторію. Позитивна інформація, відповідно до наших спостережень протягом другого кварталу 2014 – першого кварталу 2015 років, складає в середньому менш ніж 20 % від загальної інформації новин (!).

Утім, також відповідно до загальновідомого формату, негативні новостійні повідомлення мають чергуватися з позитивними, або знімати емоційну напругу аудиторії, «переключаючи» увагу з негативу на позитив.

На жаль, вітчизняні ЗМІ, зокрема, зорієнтовані на політично активну частину аудиторії, не виконують це неписане правило. Внаслідок цього у аудиторії таких каналів утворюється уявлення про відсутність позитивних подій, і натомість, формується переконання про суцільний негатив на всіх рівнях в державі, яких стосувалися новини.

Кількість позитивних повідомлень у новинах має бути відповідною або більшою за кількість негативних новин, і вони мають бути однопорядковими з негативними повідомленнями.

Так, наприклад, повідомлення про невдалу військову операцію має «перекриватися» позитивною або цікавою інформацією про вдалу військову операцію, навіть у ретроспективі – з історичного або зарубіжного досвіду. Наступним за повідомлення про новий непопулярний закон, що пригнічує якість життя, має бути повідомлення про державні програми з підвищення якості життя певних категорій громадян, стимулювання певних галузей економіки, тощо.

Штучний поділ населення країни на «своїх» і «чужих». Хоча сьогодні Україна перебуває у стані штучного «перманентного сепаратизму», який спровокований деструктивною пропагандою сусідньої держави, вітчизняні ЗМІ не вживають належних заходів для ідеологічного єднання країни. Поділ на «Центр», «Схід» і «Захід» перетворилися на сталу термінологію ЗМІ, очевидно, нав'язану промовами окремих політиків. Але зневажливе ставлення до населення територій регіонів власної країни, навіть, і окупованих, веде до регіонального розколу.

Не всі східні території окуповані, і не все населення окупованих територій / території АТО підтримує режим окупантів / сепаратистів. Натомість, за нашими спостереженнями, переважна більшість телеканалів демонструють однаковість у такому поділі та ігноруванням необхідності демонстрації поваги до своєї громадян на території ворога та намагання забезпечити їх порушені права.

Зневажливі назви, що періодично застосовують до Донбаського регіону у ЗМІ, взагалі не витримують критики: *в цивілізованому суспільстві не цензура, а редакція мають забезпечувати уникнення у повідомленнях будь-яких принизливих назв по відношенню до власного населення або ареалу його помешкання.*

Штучна мінімізація значення перебігу подій у регіонах. У той час, як в країні жорстко відчувається неоднорідність населення регіонів, на рівні ЗМІ не відчувається жодних спроб підвищення поваги до регіональних громад.

Зокрема, за часів незалежності України жодним телевізійним каналом не були вжиті спроби оформлення новостійних програм у форматі «Центр – Регіони». Регіональні новини привертають увагу центральних телевізійних каналів лише у випадку візитів до них перших осіб держави, або виникнення у певних регіонах катаклізмів. Фактично, регіональні новини транслюються лише регіональними каналами мовлення для своєї аудиторії.

Як наслідок, на у Львові не знають, чим живе Одеса, а населення Миколаєва не обізнане у тому, що відбувається у Харкові. Очевидно, як доводить досвід проведення окремих телемарафонів з приводу окремих івентів, такі програми вимагають значного фінансування. Але ж сучасні технічні можливості і отримання повідомлень, навіть у режимі телекомунікації, допускають вільне спілкування в ефірі новин з кореспондентами, експертами, або представниками громадськості будь-якого регіону.

Безумовно, що у разі запровадження такого формату, жодний з регіонів не може зазнавати дискримінації в участі у новинах протягом, наприклад, робочого тижня (оскільки час ефірний час новин обмежений), адже це і негативно сприйматиметься населенням такого регіону і викликати ставлення решти населення країни до такого регіону як «незначного».

Інформація, і, зокрема, стосовно вирішення на місцевому рівні спільних проблем, очевидно, була б не лише корисною з точки зору використання стратегій, а й сприяла б об'єднанню населення країни навколо важливих подій регіонів, забезпечувало б сприйняття кожним «нашого Львова», «Нашої Одеси», «нашого Харкова».

Сучасна вітчизняна інформаційна політика лише підзодить до питання формування політики ефірів мовлення. На концептуальному рівні досить відсутні рекомендаційні або імперативні вказівки щодо формату новин, і це питання лишається прерогативою телеканалів, які, переважно, досі лишаються монополізованими.

Утім, низка рекомендацій стосовно включення їх у стратегії інформаційної політики держави можуть мати достатньо ефективний результат у разі вжиття низки заходів, спрямованих на зниження рівня віктимізації населення України та окремих її регіонів.

Говорячи про шляхи легітимного вирішення питань гуманізації новостійного мовлення, слід все ж звертати увагу, насамперед, на необхідність розробки загальних рекомендацій щодо формату новин для, зокрема, телевізійних каналів загальнонаціонального мовлення. Зокрема, виконання таких рекомендацій має відображатися на ліцензуванні телевізійних каналів.

Такі рекомендації мають включати вимоги:

- формату подавання новин негативного змісту з урахуванням необхідності подавання коментарів експертів, які включають шляхи або пропозиції виходу з відповідної проблеми;
- демонстрації наслідків агресії будь якого виду лише у разі необхідності підтвердження відеорядом новостійного повідомлення, за умови, що така демонстрація є невід'ємною складовою репортажу і виготовлена співробітником відповідного каналу мовлення;
- побудови новостійного ефіру з урахуванням наявності у кожному блоці новин позитивних повідомлень не менше ніж негативних, їх однопорядковій відповідності та чередуванню;
- недопустимості демонстрації принизливого ставлення до населення різних регіонів України, включаючи окуповані території та зону АТО;
- забезпечення обов'язкового пропорційного мовлення регіональних новин в загальнонаціональному новостійному ефірі.

Вказані рекомендації можуть бути використані при формуванні проєкту Концепції інформаційно-правової політики України та Концепції національного мовлення України.

**Науково-дослідний інститут інформатики і права
Національної академії правових наук України**

**Навчально-науковий центр інформаційного права
та правових питань інформаційних технологій ФСП
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут»**

Національний інститут стратегічних досліджень

**ДЕСТРУКТИВНА ПРОПАГАНДА:
ШЛЯХИ ПРОТИДІЇ ТА ПРОБЛЕМИ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ**

(Матеріали науково-практичної конференції,
21 травня 2015 року, м. Київ)

м. Київ – 2015

УДК 340 ISBN 978-966-622-703-7

Деструктивна пропаганда: шляхи протидії та проблеми відповідальності:

Матеріали науково-практичної конференції / 21 травня 2015 р., м. Київ / Упорядн.: Фурашев В. М., Поперечнюк В. М. – Київ. – ТОВ «ІВА». – 2015. – 172 с.

Матеріали конференції присвячені актуальним питанням деструктивної пропаганди, шляхам її протидії та проблемам відповідальності. Доповіді учасників конференції, які опубліковані у збірнику, можуть бути корисними для вчених, фахівців та експертів інформаційної сфери та сфери національної безпеки й оборони, науково-педагогічних працівників, аспірантів, докторантів, студентів вищих навчальних закладів, а також усіх, хто цікавиться сучасними суспільно-правовими проблемами інформаційної безпеки людини, суспільства та держави, а також юридичної відповідальності за правопорушення в інформаційній сфері.

Організаторами заходу виступили: Науково-дослідний інститут інформатики і права НАПрН України, Навчально-науковий центр інформаційного права та правових питань інформаційних технологій ФСП НТУ України «КПІ», а також Національний інститут стратегічних досліджень. Участь у конференції взяли провідні експерти і вчені наукових установ і навчальних закладів України, представники зацікавлених державних органів та громадських організацій. Інформаційну підтримку у проведенні заходу надали: журнали «Інформація і право», «Правова інформатика» та Вісник НТУУ «КПІ» «Політологія. Соціологія. Право».

Матеріали викладено в авторській редакції.

Упорядники: Фурашев В. М., Поперечнюк В.М.

Рекомендовано до друку

*Вченою радою Науково-дослідного інституту інформатики і права
Національної академії правових наук України*

Протокол № 4 від 20.05.2015

*Вченою радою факультету соціології і права Національного технічного
університету України «Київський політехнічний інститут»*

Протокол № 11 від 25.05.2015

ISBN 978-966-622-703-7

© Науково-дослідний інститут інформатики і права НАПрН України, 2015

© Навчально-науковий центр інформаційного права та правових питань інформаційних технологій ФСП НТУ України «КПІ», 2015

© Національний інститут стратегічних досліджень, 2015

© Колектив авторів

© Юрінком Інтер, 2015

З М І С Т

Пилипчук В. Г. Інформаційне насилля та маніпулювання свідомістю як складові деструктивної пропаганди	5
Мельниченко А. А. Особливості соціологічних досліджень феномену пропаганди	12
Біденко А. І. Роль органів державної влади у боротьбі з деструктивною пропагандою	14
Корж І. Ф. Сутність деструктивної пропаганди в сучасних умовах	16
Смольц С. Деструктивна пропаганда як фактор деконструкції ноосфери	21
Савінова Н. А. Інформаційна віктимізація населення України в умовах пропаганди агресії	24
Брайчевський С. М. Пропаганда та міфологія	29
Петряєв С. Ю. К вопросу о деструктивной пропаганде	31
Фурашев В. М. Питання шляхів протидії деструктивної пропаганди	35
Красноступ Г. М. Щодо удосконалення організаційно-правових засад здійснення контролю за дотриманням ЗМІ чинного законодавства	39
Жиляєв І. Б. Національна політика у сфері електронного доступу до публічної інформації в особливих умовах	44
Ландэ Д. В. Моделирование репутации, информационного влияния и управления	56
Поперечнюк В. М. До питання протидії деструктивній пропаганді засобами підвищення інтелектуального потенціалу суспільства	62
Добержанська О. Л. Репутація джерела як конкурентна перевага пропаганди	65
Степанов Є. В. Забезпечення особистих немайнових прав людини в інформаційній сфері в контексті протидії деструктивній пропаганді	68
Ожеван М. А. Воєнна пропаганда та цензура: взаємозв'язок та взаємодія	72
Дубов Д. В. Пріоритети забезпечення інформаційної безпеки держави в умовах неоголошеної війни	79
Титула Д. В. Тенденції розвитку системи інформаційної безпеки України	82
Забара І. М. Пропаганда у міждержавних відносинах: міжнародно-правовий режим	84
Довгань О. Д., Солодка О. М. Пропаганда як один із основних методів спеціальної інформаційної операції	90
Яременко С. О. Когнітивні упередження як внутрішній фактор ефективності дезінформації у ЗМІ	92
Гущина Т. Ю. Психологічні механізми впливу пропаганди	97
Цирфа Г. О. Пропаганда як елемент соціалізації особистості та її наслідки	102
Жовноватая В. А. Особенности апеллирования к феномену справедливости в пропагандистской деятельности	105
Петряєв О. С. Російське православ'я як елемент деструктивної пропаганди	107