

ЗВО «УКРАЇНСЬКИЙ КАТОЛИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ»

Гуманітарний факультет

Кафедра культурології

Кваліфікаційна робота бакалавра

**КОНСТРУЮВАННЯ ОБРАЗУ «УКРАЇНА-ВОРОГ» У РОСІЙСЬКИХ
МЕДІА**

Студентки IV курсу
групи ГКУ 18/Б
Піляк Соломії

Науковий керівник:
доктор філологічних наук, професор,
Попятиник Борис

робота рекомендована до захисту перед ЕК,
протокол № 47 від 10 червня 2022 р.

Завідувачка кафедри культурології,
кандидатка філологічних наук, Рибчинська Зоряна _____

Львів 2022

Constructing of the image of «Ukraine as an enemy» in the Russian media

Анотація: У цьому дослідженні проаналізовано, як інформація, яка йде з мас-медіа впливає на перебіг війни та на свідомість громадян, країна яких розпочала війну. У фокусі цієї роботи є програма «60 минут», яка транслюється на телеканалі «Россия 1».

У цій роботі розглянуто історію розвитку ЗМІ у найбільших військових конфліктах 20 століття, та основна увага є на вище згадану телепрограму. Також важливою частиною роботи стало вивчення впливу війни на людей та на сам розвиток збройного протистояння.

Методологічною рамкою дослідження є теорія фреймів, за допомогою якої знайдено основні теми суспільно-політичного шоу. Також за допомогою емпіричного методу дослідження — опису, відслідковано історію механізму вдосконалення пропаганди та похідних від неї теорій та за допомогою дедукції зроблено висновки про вплив цих засобів на людей.

Ключові слова: фрейм-аналіз, пропаганда, спіраль мовчання, agenda settings, невербальна комунікація.

Abstract: In this study, analyzed how information coming from the media affects the course of the war and the consciousness of the citizens whose country started the war. The focus of this work is the program "60 minutes", which is broadcast on the TV channel "Russia 1».

In this paper, considered the history of media development in the major military conflicts of the 20th century, and the main focus was on the above-mentioned television program. Another important part of the work was the study of the impact of war on people and on the development of armed conflict.

The methodological framework of the research is the theory of frames, with the help of which found the main themes of the socio-political show. Also with the help of an empirical method of research - description, traced the history of the mechanism of improvement of propaganda and its derived theories and with the help of deduction drew conclusions about the impact of these tools on people.

Key words: frame analysis, propaganda, spiral of silence, agenda settings, non-verbal communication.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ I	
ЗМІ та військові конфлікти	
1.1 Мас-медіа у формуванні уявлення людей про війну та військові конфлікти	9
1.2 Як поява медіа змінила війну	16
1.3 Вплив російських медіа на громадян РФ в умовах повномасштабної війни	21
Висновок до розділу	26
РОЗДІЛ II	
2.1 Фрейм-аналіз як метод дослідження	28
2.2 Фрейми російського ЗМІ до повномасштабної війни	32
2.3 Фрейми російських ЗМІ під час повномасштабної війни	37
Висновок до розділу	42
ВИСНОВКИ	44
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	47
ДОДАТКИ 1,2	50
ДОДАТКИ 3,4	51

Актуальність дослідження

Ми живемо у час, коли інформаційне поле стало невід'ємною частиною нашого життя. Соціальні мережі та ЗМІ є основними джерелами інформації для більшості людей. Особливо актуальними ці медіа стають у часи війни, коли інформація є найбільш необхідною для розуміння ситуації та стану речей в країні або за її межами. Інформація, яка надходить з екранів смартфонів або телевізорів, створює саме це сприйняття. Усвідомлення ситуації впливає на настрій, працездатність та вмотивованість людини до роботи або інших дій. Таким чином ми розуміємо, що ЗМІ мають великий вплив через інформацію, яку вони подають та пропонують глядачам. Крім того, важелі впливу можуть використовувати інформацію для своїх потреб або потреб світу. У цифровому столітті важливо вміти користуватися критичним мисленням, аби розрізнити фейкову інформацію та вберегти себе від маніпуляцій з боку ЗМІ.

У своїй роботі я використовую фрейм-аналіз(англ.frame рамка). Цей метод широко використовується у політології, соціології та культурології. Фраймінговим аналізом послуговуються як українські вчені, так і закордонні. Започаткував цей метод українець, а саме нащадок українських емігрантів у Канаді, Е. Гоффман ще у 1970-тих роках. Він запропонував теорію, згідно з якою все, що відбувається довкола, люди інтерпретують за допомогою фреймів, які вони набули. Такі фрейми можуть бути загальними, а можуть бути індивідуальними. Теорію, схожу до цієї, подав американський журналіст В. Ліппман ще у 1920-тих роках. Сучасні науковці також зацікавлені у вивченні теорії фреймів. Активно їх вивчають

Роберт Етма, Піппа Норіс, про яких буде йти мова у наступних розділах. Українські науковці та журналісти використовують фрейм-аналіз у своїх роботах, аби глибше вивчати та аналізувати роботи, які стосуються ЗМІ.

Війна Росії проти України триває вже понад вісім років, проте особливого розмаху вона досягла 24 лютого 2022 року. Росіяни цинічно проводять геноцид українського народу, вбивають невинних дітей та знищують наші міста. Здавалось би, що ніхто не підтримує такі вчинки, адже це абсолютно аморальні речі. Проте з огляду на опитування, коментарі в інтернеті, ми можемо спостерігати, що російська аудиторія широко підтримує дії проти українського народу та української суверенної держави. Їх відгуки щодо війни є позитивними та риторика про український народ — різко негативна, і дещо агресивна. Така позиція є абсолютно незрозумілою в 21 столітті, коли широко пропагують любов, рівність, взаємоповагу та толерантність. Здавалось би, що світ мав би залишити війни у минулому столітті, але ні. Тому основне питання полягає у тому чому цивілізовані сучасні люди підтримують війну? Інформаційний фронт війни веде активні атаки всередині країни, який досягає своїх цілей, а саме підтримки війни. Російська пропаганда доволі успішно працює із засобами масової інформації, дивлячись на загальну риторику щодо України у звичайних громадян РФ.

Мета роботи полягає в тому, аби зрозуміти та вивчити, яким чином російські медіа створюють уявлення про Україну, як країну ворога в очах російських глядачів, особливо в час війни та підготовки до неї. Також важливо зрозуміти, чому російські ЗМІ мають на меті зробити це.

Для досягнення поставленої мети потрібно сфокусуватися на наступних **завданнях**: вивчення ролі інформації у часи війни в історичному контексті. Дати означення важливості пропаганди у війні на прикладі першої та другої світових воєн, виявити методи, якими розповсюджувалась інформація, вивчити, як медіа впливають на людей у час військових дій, показати, яку роль пропаганда займала в СРСР, спадкоємцем якого є РФ, показати позитивні та негативні сторони пропаганди, показала як війна змінила сучасну війну, а саме — створила новий тип війни - гібридну війну, вивчити вплив влади РФ на ЗМІ, визначила чому люди обирають сліпу довіру фактам та визначити чи у Росії існує «спіраль мовчання». Також важливим є опис методу фрейм-аналізу та дати його визначення, виявити фрейми до початку повномасштабного вторгнення Росії в Україну, виявити фрейми у розпалі війни та порівняти риторику щодо України до початку повномасштабної війни та під час неї.

Об'єктом дослідження стало суспільно-політичне шоу, яке виходить на федеральному телеканалі "Россия-1", із Ольгою Скабєєвою «60 минут». **Предметом дослідження** є механізм створення пропаганди та маніпулятивних фреймів на російському телебаченні про Україну.

Часові рамки для моєї роботи я обрала чіткі. Для теоретичної роботи я обрала періоди першої та другої світових воєн. Для практичної частини я обрала випуск за 22.02.2022 року, який став останнім випуском перед повномасштабним вторгненням. Цей випуск є дуже важливим для вивчення передвоєнних фреймів, які передували вторгненню. Також я вибрала випуск за 22.04.2022, коли війна була особливо активна та гостро стояло питання щодо долі Маріуполя та військових, які

перебували в «Азовсталі». Цей випуск вийшов рівно через два місяці після останнього довоєнного, тому він став особливо важливим для того аби зрозуміти, яких змін зазнала риторика програми та як її фрейми відповідали цьому часу.

Методи, які я використовувала, — опис та дедукція у теоретичному розділі. Для практичного розділу я обрала фрейм-аналіз. Для цього я використовувала теоретичні підходи, які я систематизувала спираючись на роботу, аби виявити основні фрейми, які націлені на створення Україні амплуа ворожої країни в очах російських глядачів.

Розділ I «ЗМІ та військові конфлікти»

1.1 Мас-медіа у формуванні уявлення людей про війну та військові конфлікти

Активний розвиток медіа дав поштовх в отриманні інформації за лічені хвилини. Цей факт значно допомагає цивільному населенню у розумінні ситуації та прийнятті швидких рішень. Проте варто заглибитись в історію і зрозуміти, як інформація поширювалась за часів всесвітніх воєн. Інтернет у загальному використанні з'явився лише у 1970-тих роках¹. Натомість телебачення розпочало свою роботу в ще у 19 столітті, проте розповсюдилось воно приблизно 1960-тих роках, але тільки у розвинутих країнах. Таким чином ми можемо дійти до висновку, що люди в періоді між 1939 і 1945-ми роками отримували інформацію іншими шляхами. Щоб дати відповідь на це питання потрібно описати історичний дискурс розповсюдження інформації за часів війни середини ХХ століття.

Для поглибленого вивчення цієї теми я використовую роботи Володимира Братіка, професора Холінського університету, а саме його роботу, яка має назву «Вивчення миротворчих ЗМІ в зонах насильницького конфлікту». Автор каже, що вирішальним моментом у встановленні важливого місця медіа у війні стала Перша Світова війна. Саме у розпалі цієї війни майже всі уряди, які брали участь у війні направили свої зусилля для одночасного інформаційного ураження великої кількості людей. Таким чином вони хотіли мати вплив на людей для їх згуртування та

¹ Beranek, Leo L. "Who really invented the internet?." *Sound and Vibration* 41.1 (2007): 6-15.

консолідації сил. Для загального інформування використовували пресу, плакати та кінофільми, які були створені відповідно до вимог правлячої партії та потреб держави. Кожна країна використовувала методи просування інформації залежно від культурних та ментальних особливостей нації. Наприклад, у США це був метод продаж, який є надзвичайно близький для всіх місцевих жителів. Науковець пояснює, що принцип методу полягав у тому, що йшла інформаційна політика, яка запевняла, що Америка має відношення абсолютно до всього, що є на війні, «...не було жодної частини великої військової техніки, якої ми б не торкнулися...»². Важливим кроком стали публічні виступи лідерів перед аудиторією, які викликали більші емоції в прихильників цього спікера. Такі виступи взяли до уваги режисери фільмів і почали висвітлювати у візуальному медіа, яке зберігається на довгі роки. Саме через цей факт пояснює популярність та упізнаваність свастики навіть через майже 80 років. Не зважаючи на великий вплив воєнної пропаганди та її кількість, післявоєнні дослідження не показали прямого відношення засобів масової комунікації до розгортання конфліктів.

Доречно також звернутись до статті Тетяни Удалової-доцентки історичного факультету Донецького національного університету. Її зацікавленням є Друга Світова війна та медіа у межах Радянської України.

Авторка пише, що важливу роль у передачі інформації з фронту до цивільного населення мали журналісти, які перебували

² Vladimir Bratic

Assistant Professor, Hollins University Roanoke, VA

Title: Examining peace-oriented media in areas of violent conflict

на місці подій. Після приєднання західних областей України до складу СРСР, журналісти, за наказом радянської влади, були змушені рушати на фронт, аби дізнатися про найактуальніші новини. Також особливо важливою була преса для солдатів. Вона забезпечувала стійкість духу та несла дещо пропагандистські погляди.

«Преса відігравала роль активного агітатора і пропагандиста. Виховний вплив на воїнів досягався за рахунок чіткої організації роботи червоноармійських газет, забезпечення частин і підрозділів червоноармійською пресою.»³

Важливо зрозуміти, що я маю на увазі під словом «пропаганда», тому додаю дефініцію цього слова.

«Пропаганда - це ідейний вплив на широкі маси або певні групи людей, що має політичний або релігійний характер.»⁴ Особливістю радянської преси було представлення супротивників в ролі абсолютної протилежності червоній армії. Згодом у 1941 році певний регіон України перейшов під владу німецької влади і разом із зміною влади прийшли зміни у характері та темах написання статей. Таким чином пропаганда почала працювати на інший бік та представляти іншу військову силу.

Другим успішним методом передачі інформації було радіо. Щоденно на різних хвилях лунали програми для підтримки бойових сил солдатів та донесення інформації до населення. Перевагою радіо над друкованою пресою була розважальна складова, а саме — трансляція музичних творів. Також автор

³ http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&image_file_name=PDF/lipd_2013_3_15.pdf

⁴ <https://slovnyk.me/dict/vts/пропаганда>

зазначив важливість радіо у швидкості передавання інформації, яке створювало невербальний зв'язок віддалених один від одного культурних ландшафтів.

«Провідне радіосповіщення виконувало також важливу функцію швидкого сповіщення населення про нальоти ворожої авіації, про наближення військової загрози та необхідності швидкого полишення небезпечної території: бліндажів, домівок, шпиталів і таке інше.»⁵

Газети та радіо часів Другої Світової війни є надзвичайно великим джерелом інформації, проте складність полягає в тому, що обидва ресурси несли абсолютну пропаганду, яка ретельно готувалася радянською владою. Ці роботи можуть стати неймовірним джерелом спекулювання та маніпулюванням «сліпим» народом.

«Газета здається, найзвичайніша річ, найзнайоміший шлях отримання відомості – не більше. А насправді... Виявляється, що це – найцінніше історичне джерело, з якого дослідники здобувають інформацію про минуле. Пожовклі сторінки преси часом стають дзеркалом не тільки якихось зовнішніх подій, а й внутрішнього життя людини певного історичного періоду. Але дуже часто для цього історика треба вміти читати між рядків.»⁶

Та який вплив на населення мала пропаганда пропаганда СРСР, спадкоємцем якого є РФ? Для вивчення цього питання має важливе значення книга Ганни Арендт, «Джерела

⁵ с.16- Там само.

⁶ Горевалов С.І. Військова журналістика України: історія та сучасність / С.І. Горевалов. – Львів: Видавництво Військового інституту при ДУ «Львівська політехніка», 1998. – 388 с.

тоталітаризму». За словами авторки, пропаганда потрібна для перетворення нетоталітарного світу у тоталітарний для їхнього успішного спілкування. Терор та пропаганда - це інструменти маніпулювання населенням, які йдуть пліч-о-пліч. Кожен з цих інструментів використовується у залежності від людей та їх політичних поглядів. «Тільки юрбу й еліту можна привабити рушійною силою самого тоталітаризму; маси ж треба завойовувати пропагандою»,⁷- каже авторка. Пропаганда напряму залежить від людей та їх сприйняття внутрішньої ситуації в країні. Таким чином існує співвідношення - чим більше інакодумаючих людей, тим більше пропаганди і навпаки. Методи, які використовувалися у Радянському Союзі проти інтелігенції та інтелектуалів є відомі у історії. Використовувався терор, який безжалісно знищував людей задля порядку у країні, однакового мислення та загального державного вектору розвитку. Терор нав'ював страх на людей та давав відчуття небезпеки, якщо люди роблять щось інше, ніж держава від них хоче. «Пропаганда, інакше кажучи, – це єдине і, можливо, найважливіше знаряддя тоталітаризму для спілкування з нетоталітарним світом; терор, навпаки, – це сама суть цієї форми правління»⁸. Найкращим прикладом пропаганди у Радянському Союзі були псевдонаукові роботи, які були направлені на донесенні незрозумілої інформації до населення, яке не може розуміти до кінця всю інформацію, яка там написана,- «наука [стала] ідолом, здатним магічно зцілити вади існування й змінити природу людини»⁹. Відгомін цього феномену лунає далі, оскільки люди, які прожили велику частину

⁷ Ганна Арендт. Джерела тоталітаризму. Видавництво Дух і літера 2002.- с.389

⁸ Ганна Арендт. Джерела тоталітаризму. Видавництво Дух і літера 2002.- с.393

⁹ Voegelin E. The origins of scientism // Social Research. – 1948. – December

свого життя за часів СРСР, мають тенденцію довіряти науковцям без переосмислення та критичного аналізу його. Також ще одним прикладом пропаганди для мас, є лозунги та постери з епічними написами та посилом.

А як медіа впливає на війну у наш час? Звісно, пропаганда існує в телебаченні, інтернетвиданнях та на радіо РФ. Хоча завдяки фактчекінговим великим ресурсам, які зараз є у вільному доступі кожній людині, знаходження та перевірка інформації є простим та швидким процесом. Громадяни РФ простіше можуть розпізнавати брехню та для чого вона є створена. На протипагу телевізійним новинам є незалежні джерела, які показують свою правду, або слова очевидців. Кожна людина сама формує рівень довіри до різних джерел в залежності від своїх патріотичних та політичних поглядів, місця проживання, культурних векторів та фінансового стану. Можна дійти до висновку, що сліпа довіра до новин, які мають великий рівень пропаганди діють на людей у Росії, які не часто використовують інтернет для пошуку альтернативних ресурсів. Таким чином основний вплив пропаганди діє на людей похилого віку, які є дуже активними глядачами новин та обговорення політичних проблем у світі та Україні.

Все ж пропаганда не завжди брехлива, а може й слугувати інструментом для підняття загального духу та надавання мотивації для подальшої роботи. Х'юберт Хамфрі Молодший, 38-ий віцепрезидент Сполучених Штатів Америки сказав: « Щоб пропаганда була ефективною, вона повинна бути

правдоподібною, а щоб вона була правдоподібною, вона мусить бути правдою»(авт.пер.)¹⁰

Показ інформації , яка стосується війни або конфлікту, так чи інакше показує насилля , оскільки збройні конфлікти, на жаль, не можуть проходити без них. Та як показ таких дій впливає на глядачів , а особливо на дітей, у яких ще не зовсім сформованій світогляд. У вирішенні цього питання дуже важливо звернутись до книги Синтії Картер «Насилля і медіа», насилля у медіа класифікується відповідно до його показу. Насилля буває безкарним, безболісним, щасливим та героїчним відповідно до класифікації, яку надає авторка книги. Для показу війни найкраще підходить героїчний тип насилля. «Майже половинна всього насилля на телебаченні припадає на творення миру. Такий акт несе в собі позитивні емоції при творенні насилля, оскільки воно направлене на добро.» (автр.перек)¹¹

У головах глядачів воїни є реальними суперменами, які рятують країну від реального ворога, який може дуже погіршити життя кожного члена суспільства. Якщо розглядати російське ЗМІ, то їм притаманно ідеалізувати солдат РФ, які ніби рятують мирне населення України. Такий тип насилля навпаки допомагає підіймати національний дух громадян, які спостерігають за цим.

1.2 Як поява медіа змінила війну

¹⁰ https://www.brainyquote.com/quotes/hubert_h_humphrey_400797

¹¹ Cynthia Carter and C. Kay Weaver «VIOLENCE AND THE MEDIA» с.-3

Головним ресурсом інформування населення під час конфліктів є мас—медіа. Як я раніше зазначала, медіа мають неймовірно велику силу на формування загальної думки. Вони можуть розпалювати свою аудиторію, солдатів, заохочувати до більш радикальних методів різкими висловлюваннями про країну-супротивника, і таким чином розпалюється конфлікт. Такому співвідношенню вперше дали офіційну назву у 1990 році. Цей феномен назвали «інформаційна війна».

«Уперше це поняття закріплено в директиві Міністерства оборони США DOD S 3600.1 (від 21 грудня 1992 р.), де воно вживалося у вузькому значенні і розглядалося як різновид радіоелектронної боротьби. Згодом, у звіті американської корпорації «Ренд» MR-661-0SD «Strategic Information Warfare. A new face of War» (1996 р.) уперше виник термін «стратегічна інформаційна війна (інформаційне протиборство)», який позначав війну з використанням державного глобального інформаційного простору й інфраструктури для проведення стратегічних військових операцій і зміцнення впливу на власний інформаційний ресурс»¹²

Проте перед офіційним затвердження назви вона використовувалася ще в часи Першої Світової Війни. Для прикладу можна взяти Англію, яка використовувала друковану пресу. Способи інформаційної війни у Англії були дуже ризиковими та зухвалими, використовувалися повітряні кулі, які пролітали над місцем, де був супротивник та розкидали папірці з проанглійськими гаслами. Також Англія розповсюджувала газети з британськими версіями ходу війни в інші країни. Був створений

¹² Ибраева Г. Региональные конфликты и средства массовой информации, [Електронне джерело]. — 2004. — Режим доступу: <http://psyfactor.org/lib/infowar3.htm>

спеціальний комітет , який займався інформаційною роботою за межами Великобританії.

Вивчення сучасної гібридної війни є великим та трудомістким процесом, оскільки воно включає у себе багато складових. Для кращого розуміння я звернулась до книги Георгія Поченцова «Сучасні гібридні війни». Автор каже, що нова війна не несе у собі чогось кардинально протилежного. « Це нова комбінація старих елементів, які були вже в ужитку»¹³ . Сучасна війна в Україні націлена не на знищення супротивника, а на збереження цивільного населення. Саме тому роль звичайних громадян має особливо велике значення в гібридній війні. Саме тому Росія веде активну інформаційну політику та двох рівнях — зовнішньому та внутрішньому. Російські ЗМІ однаково сильно працюють для підтримання патріотичного духу в країні та показу сили за її межами. Гібридна війна, за словами автора, зараз включає не тільки збройний конфлікт й інформаційний вплив, а також економічна, смислова, репутаційна... Автор запевняє, що тепер військові дії займають друге місце, а не перше виходить саме інформаційне поле, яке може зробити кардинальні зміни без жодного пострілу. Науковець ставить у приклад тиху анексію Криму, яка пройшла без пострілів та смертей. Зараз перемогу у війні отримує та країна, яка однаково добре воює на всіх фронтах — військовому, інформаційному, економічному, репутаційному...

Для детального вивчення інформаційної війни я також обрала статтю Миколи Кондратюка , професора Харківської академії культури «ІНФОРМАЦІЙНА ВІЙНА ТА РОЛЬ МАС-МЕДІА В МІЖНАРОДНИХ КОНФЛІКТАХ». Автор у своїй роботі зазначає, що

¹³ Почепцов, Георгій. "Гібридна війна: інформаційна складова." Г. Почепцов. Режим доступу:[http://www.jimagazine.lviv.ua/2015/Pochepcov_Gibr_vijna_inf_skladova.htm].

поняття «інформаційної війни» поєднує у собі дві моделі боротьби, а саме інформаційно-технічну або інформаційно-психологічну. На жаль, автор не дав чітко пояснення цим видам боротьби, проте я спробую виявити їх самостійно. Отже, інформаційно-технічна складова ґрунтується на зібранні інформації, підлив якості або можливості подачі інформації супротивника, створення не благополучних умов передання інформації свої опонентам. У свою чергу інформаційно-психологічна війна несе у собі пропаганду, дезінформацію населення, залякування або навпаки створення химерного уявлення спокою в країні, навіювання відповідних поглядів. Автор переконаний, що мас-медіа в умовах війни можуть нести певну доброзичливу місію, «ЗМІ спроможні надавати настроям людей негативного значення і зробити свій внесок у створення напруженості, проте вони також можуть і допомогти опонентам знайти спільну мову під час і після врегулювання конфлікту.»¹⁴. Я дещо не погоджуюсь з думкою автора, оскільки я переконана, що медіа, особливо державного значення, мають чітко відповідати загальним переконанням держави та апелювати сухими фактами без додавання своєї думки або емоцій. Глядачі у свою чергу зможуть інтерпретувати інформацію відповідно до своїх політичних поглядів та патріотичних переконань.

«У суспільствах, що подолали ту чи іншу кризу, незалежні ЗМІ можуть надати істотну допомогу під час трансформації руйнівного конфлікту в мирні дебати. Засоби масової інформації можуть аналізувати інтереси, що є підґрунтям позиції кожного учасника конфлікту. Це може допомогти почати врегулювання конфлікту, знайти спільні інтереси або, принаймні, забезпечити

¹⁴ Кондратюк М.О. Харківський вісник, номер 41, 2013

потрібною для вирішення конфлікту інформацією. Надаючи можливості меншинам або потерпілій стороні озвучити її позицію, ЗМІ можуть допомогти бути почутими тим, хто є слабкою і пригніченою стороною в конфлікті»¹⁵

Такий метод бачення ролі медіа є, на мою думку, найкращим освітленням місії роботи журналістів.

Наступним кроком у вивченні інформаційної війни є її розвиток та переплітання з класичними методами боротьби. Поєднання двох методів війни має назву «гібридна війна». Найсвіжішим та найближчим прикладом такого протистояння є в Україні. «Гібридна війна — це прагнення однієї держави нав'язати іншій (іншим) свою політичну волю шляхом комплексу заходів політичного, економічного, інформаційного характеру і без оголошення війни відповідно до норм міжнародного права.»¹⁶ Гібридна війна є складною у вирішенні, оскільки вона передбачає однаково складне та важливе протистояння як на фронті, так і в умовах інформаційних джерел. В умовах таких конфліктів важливо чітко працювати на два фронти задля отримання повної перемоги. Дмитро Кулеба, міністер закордонних справ України, про гібридну війну сказав так : «Гібридна війна багато в чому метафізична і важковловима. Вона скрізь і водночас ніде. Пізнати й усвідомити всі її складові свіжим поглядом збоку дуже важко, як і внутрішньо сприйняти той факт, що гібридна агресія вимагає гібридної оборони, а не пошуку

¹⁵ Тишков В. А. СМИ и конфликты / В. А. Тишков // Независимая газета. — 1994. 10 апреля.

¹⁶Євген Магда. Гібридна війна: вижити і перемогти, 2015 с-7 [Електронний ресурс] http://vivat-publishing.com/wp-content/uploads/2016/03/Gibridnaya_voyna_ukr.pdf

класичних відповідей на сучасні запитання.»¹⁷ Загальної класифікації або загального вирішення таких конфліктів, на жаль, ще не розроблено. Причиною цього є унікальність методів та рішень кожної окремої країни. Саме тому країни ще не вміють гарно та впевнено реагувати на інформаційну агресію і використовують не завжди хороші методи для вирішення цього складного питання. Часто початок інформаційної війни може бути першим дзвіночком початку великомасштабної гібридної війни, як це і сталося в Україні. Гібридна війна у свою чергу є також гарним способом відведення уваги від інших проблем в країні. Якщо розглядати Російську Федерацію, яка розв'язала конфлікт, то можна побачити, що основою російського медіа є Україна та спочатку конфлікт на сході, а тепер ще війни на всій території, але між тим проблем в середині країни пропускають та практично не висвітлюють. Таким чином вони створюють прекрасні умови для маніпулюванням свідомістю людей задля химерного спокою і благополуччя в країні. З того часу, коли в проєвропейська орієнтація України ставала все більш очевидною для Росії.

1.3 Вплив російських медіа на громадян РФ в умовах повномасштабної війни

Події після 24 лютого 2022 року змінили багато речей включно з риторикою російських ЗМІ, які стали більш радикальними щодо України та українців в цілому. Пропутінські медіа не обмежують себе у використанні таких слів, як «нацизм», «нацики», «бандерівці», що в результаті отримало загальноросійський масштаб. Російська Федерація у своїх медіа та одночасно у головах своїх громадян створює образ України,

¹⁷ Євген Магда. Гібридна війна: вижити і перемогти, 2015 с-3 [Електронний ресурс] http://vivat-publishing.com/wp-content/uploads/2016/03/Gibridnaya_voyna_ukr.pdf

який зовсім не відповідає дійсності. Всім відомі факти з російського ЗМІ щодо українців та очільників України здаються абсурдними та у певній мірі божевільними проте вони сприймаються населенням РФ. Прикладом може слугувати недавня новина про вирошення на території України біолабораторій за підтримки США для створення птахів, які б розносили хвороби на території Росії. Цей псевдофакт був наданий Мін обороною РФ і розповсюджений за допомогою мас-медіа. Саме даний факт був взятий з відомого видавництва RBC.ru. Варто зазначити, що біолабораторії дійсно існують на території України і дійсно існує співпраця з американськими постановами, про це повідомляє Вікторія Нуланд, заступниця держсекретаря США. Проте ці лабораторії спільно з американськими займалися вивчення та попередженням нових небезпечних вірусів, як наприклад, було з коронавірусом. Таким чином ми можемо побачити, що російські ЗМІ не використовують абсолютну брехню задля створення певного нарративу для України. Їх новини є близькими до правди, але не є нею. Цей інструмент висвітлення новин має назву - «постправа». Цей термін став словом року у 2016 року згідно з Oxford dictionary¹⁸. Саме це джерело дає таке визначення, - « Постправа - це інформація, що стосується або позначає обставини, за яких об'єктивні факти менш впливають на формування громадської думки, ніж апеляція до емоцій та особистих переконань.» (автр.перек.)¹⁹ Першим, хто ввів це слово у загальне

¹⁸ Flood, Alison. "‘Post-truth’ named word of the year by Oxford Dictionaries". *The Guardian*, November 15, 2016. <https://www.theguardian.com/books/2016/nov/15/post-truth-named-word-of-the-year-by-oxford-dictionaries> (last accessed 5 November 2018).

¹⁹ <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/post-truth>

використання був Стів Тесіч, американський соціолог, у своїй роботі «A government of lies» у 1992 році. У своїй роботі він наголошував на тому, що люди самі обирають шлях інтерпретованої правди, оскільки правда не була такою, яку б вони хотіли бачити або розуміти. Ця постправа використовується владою задля збереження спокою та відчуття довіри до правлячої влади. Сам автор каже так, :« Ми стали ототожнювати правду з поганими новинами і ми більше не хотіли поганих новин, незалежно від того, наскільки правдивими чи життєво важливими для нашого здоров'я як нації. Ми дивилися на наш уряд, щоб захистити нас від правди»(автр.перек)²⁰. Бажання людей чути іншу правду створило феномен постправи, який став надзвичайно популярний у різних країнах, у тому числі у РФ. Саме уряд диктує правила подачі інформації до населення. Згідно з недавніми опитуваннями найрейтинговішим телеканалом РФ є «Россия 1», який є у власності Всероссийской государственной и радиовещательной компании (ВГТРК). Оскільки канал є державним, то можна зробити висновок, що він напряму підпорядковується всім правилам інформаційного поля, яку створює влада. Звідси стає зрозуміло, чому найбільша кількість антиукраїнських та проросійських телепередач транслюється на ньому з початку незгоди українського народу з проросійським розвитком та початка війни. За даними BBC news²¹, рівень підтримки президента РФ Володимира Путіна у 2021 році складав 64 відсотки, у той же час у 2022 році, а саме після початку повномасштабного вторгнення в Україну, цей рівень зріс до 83 відсотків. У цей ж час дослідницька група

²⁰ Steve Tesich, "A Government of Lies," *The Nation*, 6-8. (January 1992): 12.

²¹ BBC NEWS Russia випуск за 04.02.2021 <https://www.bbc.com/russian/news-55930888.amp>

Russian Field провела опитування , яке показало , що приблизно 59 відсотків росіян підтримують так звану «спецоперацію» по денацифікації та демілітаризації України. Ці факти можуть слугувати прикладом успішності роботи пропагандистської машини РФ. Питання успішності таких ЗМІ вимагає глибокого та серйозного вивчення. Зараз це питання активно вивчається, бо у наш час фаза створення певного амплуа для України є у своєму zenіті, оскільки ми перебуваємо у найактивнішій стадії російсько-української війни, яку розпочала РФ. У вивченні цього питання варто спиратись на роботу німецької соціологині Елізабет Ноель-Нойманн « Спіраль Мовчання». Дослідниця переконана, що кожна людина має шосте чуття - квазі-статистичний орган, який допомагає відчутти та розрізнити загальний настрій населення , у якому індивід весь час перебуває. Проте цей «орган» завжди потребує певної інформації, яку потрібно брати самому шляхом спостереження, опитування, критичної оцінки ситуації і цей процес є дуже енергозатратним і складним. У свій же час є інший шлях - перегляд новин, які надають ЗМІ і який вимагає мінімум зусиль задля знаходження та фільтрації інформації. Саме тому телебачення так легко може формувати думку людей, які у силу розвитку технологій обирають легший і комфортніший шлях. Телебачення дає нам дещо більше, аніж просто суху інформацію, воно також дає впевненість у своїй думці, яку підтримують інші люди. Сама авторка каже : « «Медіа загалом і телебачення зокрема не тільки говорять нам, про що думати, але й надають єдиний санкціонований погляд на те, як решта про це думає».²² Якщо людина не підтримує загальної думки населення, то часто виникає страх ізоляції через інакшість, тому люди часто схильні

²²Noelle-Neumann, Elisabeth. "The spiral of silence a theory of public opinion." *Journal of communication* 24.2 (1974): 43-51.

до підтримки загальної думки задля збереження свого місця у суспільстві. Саме через цей факт виникає так звана «спіраль мовчання», яку авторка описує у своїй роботі. Людина через страх бути незрозумілою або іншою часто відмовляється від своїх переконань або думок, аби бути зі всіма. Саме так закручується спіраль мовчання, яка у свою чергу дає пропагандистам легке поле для нав'ювання своїх думок. Людей, які думають і аналізують значно менше, аніж людей, які насліпо довіряють побаченому у ЗМІ і саме тому у РФ є такий високий рівень довіри до влади, яка активно і успішно використовує інструменти засобів масової інформації.

Неможливо транслювати всі історії, які відбуваються у світі і показати їх у вечірній телепрограмі, яка триває 30-40 хвилин. Кожного дня тривають події, які для когось є архіважливими, а для когось є просто беземоційною і швидкою інформацією, яка пролунала з голубих екранів. Привілею у виборі новин є федеральні засоби масової інформації, а також саме вони обирають наскільки важливою вона буде видаватись серед інших. Таким чином ЗМІ формують інформаційне коло всередині країни, з якого люди не часто виходять через певний ряд причин, найпершим з яких є довіра до медіа, які працюють всередині країни. Такий феномен має назву «agenda setting», що можна перекласти як налаштування порядку денного. Власне, дослівний переклад добре пояснює даний інструмент. Причетні до вибору новин мають владу над думками населення, а саме обирають про що люди будуть думати сьогодні, які думки будуть на порядку денному. Проте не всі журналісти згодні з тим, про що вони пишуть. Про це каже професор Оксфордського університету Максвелл МакКомбс,: «Можна також стверджувати, що високі

кореляції вказують на те, що ЗМІ просто успішно відповідали своїм повідомленням інтересам аудиторії. Оскільки численні дослідження вказують на різке розходження між новинними цінностями професійних журналістів та їх аудиторією»²³(автр.перек.). Тут можна зробити висновок, що інформація обирається під загальний настрій та болі глядачів, або під держану політику та відношення країни до цієї новини.

Інформаційний простір завжди залежний від різних факторів та ситуації в країні, в якій він існує. Аби зрозуміти і упевнитись наскільки новина є достовірною, потрібно пройти складний шлях критичного мислення і критичного пошуку інформації. Часто мас-медіа є тісно поєднані з правлячою владою, що роблять їх не до кінця об'єктивними.

Висновок до розділу I:

Засоби масової комунікації мають величезний вплив на перебіг війни та на людей, які слідкують за нею. Мас-медіа створили новий тип війни, яка має назву «інформаційна війна». Слідом за нею збройна війна об'єдналася з інформаційною та утворили нову найбільш вагому та сучасну - гібридну війну. Поєднання збройного конфлікту та інформаційного протистояння створює гібридне протистояння. Медіа впливала на людей, ще на початку 20 століття, проте найбільший розвиток та розквіту припадає на наш час, та ми, як громадяни країни, яка є зараз у розпалі

²³ https://www.researchgate.net/profile/Maxwell-Mccombs/publication/209410047_The_Agenda-Setting_Function_of_Mass_Media/links/5526c09f0cf2e486ae40c0d2/The-Agenda-Setting-Function-of-Mass-Media.pdf

гібридної війни, можемо відчувати безпосередньо вплив інформації, яка до нас приходить з телебачення. У медіапросторі існує багато методів впливу на людей та кожен з них несе певний наслідок. У цьому розділі я торкнулась питання постправди і як вона зараз використовується у сучасних ЗМІ. Цей феномен є вимушеним та інколи є позитивним для тих людей, які обирають шлях, де представлені тільки такі новини, які не підривають їх національний дух, будову світу та позитивного бачення життя, у якому вони існують. У свою чергу вивчення інших фактів, які показані поза федеральними, державними телеканалами або будь-якими мас-медіа можуть відкрити людині очі на іншу реальність, яка не відповідає тій картині, яку малюють внутрішні ЗМІ. Оскільки люди істоти соціальні і вибути за межі свого кола спілкування є надзвичайно страшним процесом, людина активно не розповсюджує свої знання, бо це може зробити її іншою. Через такий процес створюється «спіраль мовчання», яка активно розвивається. Також причиною того може існувати припущення, що думка більшості є правильною та прийнятною. Засоби масової інформації бувають надзвичайно пов'язаними з певними політичними колами і часто можуть транслювати інформацію, яка кращою буде для країни або окремих людей. Важливим інструментом є agenda settings, тобто створення важливих інформаційних новин, які будуть впливати на свідомість людей та обирати про що люди будуть думати впродовж дня. Цей феномен полягає в тому, що медіа створюють великий вплив на громадськість через обирання тем, які вони будуть висвітлювати. ЗМІ мають надзвичайно великий вплив на свідомість людей та сприймання інформації. Цей факт є добре відомим науковцям та політикам, тому у період війни цей інструмент особливо активно

працює, та створює такий клімат в країні, який вимагає політика в державі.

Розділ II «Фрейми російських ЗМІ»

2.1 Фрейм-аналіз як метод дослідження

Для цієї роботи було обрано метод дослідження, який має назву фрейм аналіз. Спершу потрібно чітко окреслити, що означає цей аналіз та як він з'явився. Таким чином аналіз подальшої роботи буде легшим та більш логічним. Фрейм аналіз є достатньо молодим методом, отже він лише набуває популярності та розквіту. Через новизну цього підходу науковці не мають чітко визначеного та єдиного пояснення цього явища. З англійської «frame» — рамка, як іменник, або брати у рамки, як дієслово. Проте для наукового пояснення даного феномену науковці часто обирають саме дефініцію, яку створив Роберт Ентман. Якщо звертатися до його роботи «Framing: Toward clarification of a fractured paradigm», значення слова «to frame» полягає в тому, щоб вибрати деякі аспекти сприйнятої реальності та зробити їх більш помітними в комунікаційному тексті, таким чином, щоб сприяти визначенню конкретної проблеми. Згаданий метод є особливо важливим для цієї роботи, оскільки за його допомогою можна виявити та знайти маніпулювання суспільством, та як воно облаштоване через ЗМІ. За Ентманом, фреймінг має чотири ключові функції — визначає проблему, на яку буде звернена вся увага, діагностує проблему, також він має силу давати моральну оцінку ситуації та пропонувати рішення. Проте ці функції не обов'язково повинні бути у одному тексті одночасно. Фрейми мають чотири місця у створенні комунікації, а саме виступають самим комунікатором, є текстом, рецепієнтом і культурою. Комунікатори обирають, що має бути сказаним, і керуються

власними фреймами, які допомагають надати оцінку певній ситуації та вирішити у якому світлі новина повинна бути донесена. Часто комунікаторами виступають саме журналісти, які користуються фреймами, які є створені у телеканалі/виданні, з якого новина буде донесена. Наступним є текст, який є основним носієм фреймів, які проявляються у ключових відповідних словах, стереотипних судженнях, джерелах інформації, які надають підкріплюючі факти. Рецепієнт — це людина, яка зчитує фрейми і через свої свідомі або несвідомі фрейми, які вже присутні, аналізує їх і робить висновки. Таким чином рецепієнт вирішує чи обирати сторону комунікатора та текст, чи створювати їм опір. Збір фреймів, які часто використовуються створює культуру, яка має стосунок до політики. Загальну культуру людей можна визначити за допомогою фреймів, які впливають на них. Таким чином фрейми, які часто впливають на людей визначають спосіб їхнього мислення, сприйняття інформації та бачення світу. Створення потрібних фреймів, або ж можна сказати наголосів, які допомагають донести потрібну інформацію до людей, стають у нагоді пропагандистським режимам та маніпулятивним ЗМІ. Таким чином це — один з найкращих способів донесення інформації для широко кола людей. Особливо сприйнятливі до фреймів люди є тими, хто весь час живе у такому інформаційному колі і підсвідомо вони стають єдиною правильною інформацією для них, яка не підлягає ніякому сумніву. Це можливо побачити через великий відсоток довіри до телебачення, який було розглянуто у попередньому розділі.

Особливо великий вплив на аудиторію фрейми мають саме у політичному контексті та у тому, яка інформація показана у новинах. За допомогою фреймів журналісти обирають ту тему,

яка викличе у аудиторії потрібну реакцію, та уникають або пасивніше висвітлюють новини, які можуть викликати іншу реакцію. Проте політичний фрейм є складним та обережним мистецтвом. Люди швидко звикають до популярних фреймів і різка зміна їх може спровокувати недовіру до комунікатора. Тому такий хід має бути гарно сформульованим та повільним, аби люди мали час прийняти та зрозуміти його. Наприклад, неможливо міняти швидко риторику щодо якоїсь політичної партії, оскільки це викличе недовіру та навіть сумнів щодо неупередженості засобу масової інформації, звідки транслюється новина. Сам автор каже, що фрейми не є випадковими «Фрейм відіграє важливу роль у виявленні політичної влади, а фрейм у тексті новин насправді є відбитком влади — він реєструє ідентичність діячів чи інтересів, які змагалися за домінування в тексті.»²⁴

Коли йде мова про фрейм-аналіз, неможливо не згадати американську дослідницю, викладачку Гарвардського університету — Піппу Норіс. У своїй роботі «Framing terrorism: The news media, the government and the public» вона надала роз'яснення, як фрейми створюють більш комфортні умови для розуміння та представлення новин. Саме новини створили фрейм «тероризму», який у головах людей спрощує розуміння та навіює підсвідомі асоціації. Цей метод створений для того, щоб встановити конкретні події у більш широке поле, яке вже має аналоги у світі та інтерпретують новину. За словами авторки розставлені акценти (або ж фрейми) допомагають політичним діячам правильно реагувати на відповідну подію та казати те, що

²⁴ Framing: Toward clarification of a fractured paradigm
Entman, Robert M
Journal of Communication; Autumn 1993; 43, 4; ABI/INFORM Global pg. 55

аудиторія хоче почути. «Політичні лідери можуть реагувати на події та передавати пріоритети політики просто і ефективно, приймаючи переважні культурні рамки, щоб впорядкувати і спростити їх повідомлення.»(автр. перек)²⁵. Звісно, новини не можуть розказати про певну подію у найдрібніших деталях, тому фрейми формуються відповідно до agenda settings, про які було сказано у першому розділі. Також авторка наголошує, що рамка новин (фрейм) може змінюватися в залежності від власників ЗМІ або запроваджених правил цензури у країні, що робить неможливим висвітлення новин у об'єктивному світлі. Проте сама ідея методу фрейму, на мою думку, є суб'єктивізацією новин, оскільки акцент обирається людиною на основі правил та інтересів певного медіа, тому максимально об'єктивною новина не може бути, тому що у новинах журналісти надають оцінку ситуації та часто власні судження щодо ситуації.

Існують три види фреймів: діагностичний, мобілізаційний та прогностичний. Перший з них найчастіше наголошує про проблему, на яку глядачі мають звертати особливу увагу та думати про неї. Таким чином вона вноситься на agenda settings, які формують думки людей на день або певний час. Наступним є прогностичний, який пропонує певні вирішення проблеми, яка є ключовою зараз і яку подав діагностичний метод. Мобілізаційний фрейм закликає до певної дії, наприклад, мислення, і часто є непостійним та швидким. Цей фрейм повинен викликати певні емоції, аби люди звернули на це увагу. Якщо він стане успішним, то певна думка закріпиться у глядачів і підсвідомо буде присутня

²⁵ Framing Terrorism

Pippa Norris, Montague Kern and Marion Just [Електронний ресурс] <https://www.academia.edu/2749908/>

Framing terrorism The news media the government and the public

завжди. Через неї буде формуватися система цінностей, яка допомагає людині аналізувати інформацію та приймати рішення.

2.2. Фрейми російського ЗМІ до повномасштабної війни

Для практичного ракурсу цієї роботи було обрано одну з найрейтинговіших політичних програм у РФ, яка має назву «60 минут», ведучими якої є Ольга Скабєєва та Євген Попов. Ця телеведуча добре відома через роботу на створення та підтримку пропагандистських та ворожих фреймів щодо України для населення РФ. Саме ця телепередача допоможе зрозуміти основні думки громадян щодо України, та зрозуміти чому росіяни здебільшого підтримують війну в нашій країні.²⁶ Оскільки напружені відносини між Росією і Україною присутні щонайменше з 2014 року, а саме з анексії Криму та початку наступу на українські землі у Луганській та Донецькій областях, важливо зрозуміти довоєнні фрейми, які були до 24 лютого та проаналізувати, як ЗМІ готувало морально людей до майбутнього наступу. Саме через це я обрала програму за 22 лютого, напередодні початку «спецоперації», а саме у день проголошення незалежності Д/ЛНР московською владою. Цей випуск має декілька загальних фреймів, які загалом мають одну мету — показати важливість рішення, яке прийняв президент РФ.

Перший фрейм є позитивний, отже його назва — «радість за ДНР та ЛНР». Своїми висловлюваннями експерти у студії та ведуча показували глядачам, що влада країни піклується про

²⁶ <https://www.levada.ru/2022/03/30/odobrenie-institutov-rejtingi-partij-i-politikov/?fbclid=IwAR0CfYyTljm92iq-v4iazhnENZMLrnuDBT6jP6IWWX1IFSILJCBEGUAL3-Q>

людей та готова допомагати тим, хто про це просить і, на їх думку, потребує про це.

1. «Щиросеречно вітаю мешканців Донбасу, вони, як справжні герої, витерпіли і заплатили власною кров'ю 8 років очікування.» - О. Скаб'єєва 0:00:58
2. «На території Донецька і Луганська зараз справжнє свято.» - О. Скаб'єєва 0:05:36
3. «Історичні кадри , на які ми так довго чекали (підписання документів про незалежність Донбасу).» - О. Скаб'єєва 00:16:05
4. «Діти Донбасу із затиснутими кулаками переглядали виступ Путіна» - О. Скаб'єєва 00:17:11
5. «Путін каже, що всі винні будуть знайдені і покарані за теракт у Одесі, всі імена терористів відомі.» - О. Скаб'єєва 00:19:52 (авт. мова йде про пожежу у Будинку профспілок 2 травня 2014 року.)
7. «Цим рішенням(авт. надання військового захисту псевдореспублікам) Росія зупинила страшну війну, яка тривала 7 з половиною років і врятувала 15 мільйонів людей, які проживають на Донбасі.» - О. Скаб'єєва 00:25:01
8. «Всі, хто помер за ДНР і ЛНР, не віддали своє життя просто так.» - О. Скаб'єєва 00:31:27
9. «Коли ми повернули Крим у рідну гавань, то нам всі казали, що ми помремо з голоду , але, як бачите, всі живі і здорові» - Олексій Журавльов, депутат Державної Думи РФ 00:53:12

Висловлювання щодо політики державотворців РФ викликали позитивні емоції та у наслідку висловлювання у гостей шоу та самої ведучої були прогнозовано хвалебними . Їх риторика була направлена на наголошення важливості моменту та наскільки він є доленосним для людей. У свою ж чергу українська армія була показана у негативному світлі. Щодо української армії та

українських органів влади використовувався виключно агресивний метод донесення інформації та негатив. Тому наступний фрейм, який був чітко використаним у програмі — «ЗСУ та українська влада — вбивці».

1. «А українські ЗСУ-шники влаштовують теракти і одразу у двох місцях сьогодні підірвали машини» - О. Скабєєва 00:05:59

2. «Російська армія підтверджує, що обстріли з боку ЗСУ не припиняються, а Захід на це цинічно закриває очі.» - О. Скабєєва 00:15:54

3. «Максим, 10 річна дитина, все своє свідоме життя живе біля донецького аеропорту, якій ЗСУ постійно обстрілює.» - О. Скабєєва 0:17:24

4. «Вночі українські диверсанти підірвали автомобіль.» - О.Скабєєва 00:17:31

5. «З початку конфлікту померло 15 тисяч людей. 8 років ЗСУ прицільно вбиває мирних громадян» - О. Скабєєва 00:18:23

6. «У 2015 році нацистський батальйон «Азов» висмикував у людей нігті під час допиту.» - О. Скабєєва 00:18:51

7. «Все, що сталося і все що буде розвиватися далі, — це персональна відповідальність президента Зеленського» - О. Скабєєва 00:36:00

8. «Місцеве населення боїться своїх же військових, а не нас. Ми захисники!» - Олексій Журавльов , депутат Госдуми 00:54:42

За допомогою таких фактів російські ЗМІ показують громадянам РФ, чому вони повинні та чому вони допомагають людям з «народних республік». Також таким чином формується ненависть до воїнів ЗСУ, оскільки вони нібито вбивають мирних людей. Крім того, негативний фрейм про вбивць веде за собою підфрейм, який несе у собі образу чинного президента України,

якого у цій програмі активно висміюють, що змушує глядачів сприймати Володимира Зеленського, як несерйозного політика. Отже, піфрейм має назву «Зеленський - ні на що не здатен».

1. «Київ панікує, армія панікує і всі чекають вторгнення.» -

О.Скабєєва 00:07:21

2. «Зеленський зробив відповідь лише через 4,5 години, радився зі своїми босами - Байденом і Джонсоном.» - О.Скабєєва 00:23:19

3. «Ми дали шанс Зеленському виконати мінські домовленості, щоб облегшити їм ситуацію...» - Леонід Калашніков, депутат Госдуми РФ -00:30:05

4. «Сьогоднішнє звернення Зеленського є мізерним і нічого не міняє з політичного боку, і він розуміє, що зробив купу помилок.»-Леонід Калашніков, депутат Госдуми РФ - 00:33: 52

5. «Президенту нібито незалежної, нібито держави пропонують евакуюватись.» -О. Скабєєва 00:33:58

6. «Путін, на відміну від київського ху*ла, не кидає слова на вітер» - О.Скабєєва - 00:47:25

З цього фрейму впливає підфрейм, який націлений донести українській владі, які рішення будуть прийняті з боку російської влади, якщо вони не припинять вбивати мирне населення і не приймуть рішення про незалежність ДНР та ЛНР. Цей підфрейм націлений на залякування українців та української влади. Проте українці не є цільовою аудиторією цієї телевізійної програми. Тому такий підфрейм працює з іншою метою, а саме показує росіянам велич, силу їх країни та те, що вони мають вплив не лише всередині країни, а також за її межами. Цей підфрейм можна назвати «залякування».

1. «Ви хочете подивитись, як ми вміємо декомунізувати? Ми готові вам це показати» - О.Скабєєва - 00:10:12

2. «Якщо Україна надалі буде себе асоціювати з антиросійським плацдармом, якщо надалі вони будуть руйнувати воєнну інфраструктуру, то у Росії розв'язані руки на будь-яку військову дію. Це не погроза, це витікає зі звернення, яке зробив Путін» О. Скаб'єєва - 00:33:22
3. «Якщо не капітулюють, то ми їх знищимо» - О.Скаб'єєва- 00:39:40
4. «Алло, це Україна? Поки так, але говоріть швидко. І це пряма погроза!» - Олексій Журавльов, депутат Державної Думи РФ 00:54:14
5. «Всі, хто хоче з нами гарних відносин, мусить підтримувати нас!» - Олексій Журавльов, депутат Державної Думи РФ - 00:57:14

Впродовж програми за 22.02.2022 можна побачити агресивну риторику, яка націлена на ЗСУ. Проте також спостерігається певний припіднятий стан ведучої програми та гостей шоу, яке може вказувати на позитивне очікування майбутнього для РФ та псевдореспублік ДНР та ЛНР. Висловлювання щодо збройного захисту кордонів України українськими військами додає лише радикальності та позитиву у рамках шоу, оскільки у лютому їх впевненість у боездатності російської армії є високою, з огляду на висловлювання політичних діячів.

Випуск за 22 лютого був націлений в більшості на позитив щодо визнання незалежності ДНР та ЛНР. Також був особливий акцент на звернення Володимира Путіна, у якому він проголосив своє рішення щодо псевдореспублік. Незважаючи на те, що програма присвячена не Україні, а саме Росії і її історичному рішення, Володимир Зеленський часто згадувався

впродовж цілого токшоу. Ім'я президента України звучало 35 разів, у той час ім'я президента РФ було згадано лише 23 рази. Можна зробити висновок, що ще до початку повномасштабного вторгнення Україна та український президент були найбільш важливою темою у російських ЗМІ. (див. ст. 16 таб.1)

2.3. Фрейми російських ЗМІ під час повномасштабної війни

Вже згадуючи у вступі, я аналізую програму «60 минут» і для цього обрала останню програму до війни та випуск, який вийшов рівно за два місяці, тобто за 22.04.2022, аби зрозуміти як, змінювалися фрейми впродовж двох місяців, які у свою чергу були успішними для ЗСУ.

Російська пропаганда має чіткі агресивні настрої, які транслиуються через екрани телебачення на федеральному каналі. Часто для показу ситуації ведуча та гості програми використовують ненормативну лексику та образи у бік воїнів ЗСУ. Саме перший фрейм полягає у наділенні негативних і відомих асоціацій щодо української армії. «Нацики» є звичайним словом для називання воїнів ЗСУ. Також активно використовують приниження для створення пригніченого настрою наших солдатів, аби показати велич та силу російської армії. Цікаво було подивитися на фрейми цього шоу, коли війна набирала особливо активної фази та воїни ЗСУ позитивно себе показували у захисті держави.

Перший фрейм полягає у приниженні та створення негативних асоціацій. Назва фрейму — «другосортність», які досягаються через словесну образу.

1. «Боягузливі шакали покинули «Азовсталь» і втекли в катакомби.» - О. Скабєєва - 00:03:26
2. «Націоналісти затиснуті у бункерах і рано чи пізно вони будуть виходити» - спец.журналіст 00:03:55
3. «Чому Америка і Україна так кричать за своїх нациків, які сидять у підвалах?» - О. Скабєєва - 00:06:57
4. «Про яке перемир'я може йти мова, якщо голова білих нациків Білецький, заявив, що ЗСУ готова вдарити Точкою У по безсмертному полку, який пройде вулицями Маріуполя 9 травня?» - О. Скабєєва -00:08:24
5. «Не до країна нациків.» - О. Скабєєва -00:09:26
6. «Війська ЗСУ при відступі, при втечі нічого не зробили з боєприпасами.(авт. у студії обговорювали ситуацію, що ЗСУ втекли з великого складу боєприпасів біля міста Ізюм і не знищили зброю та боєприпаси, які там були) - Піддубний Євгеній воєнкор - 00:24:17
7. «В основному на передовій є насильно мобілізовані люди, які одразу ж здаються, проте кадрові військові, також вже почали здаватися , і контрактники професійні, і десантники.» - Піддубний Євгеній, воєнкор - 00:27:43
8. « Без мирних жителів українські війська не можуть тримати оборону, без живого щита довго в обороні у формуванні київського режиму стояти не зможуть.» - Піддубний Євгеній воєнкор - 00:29:23
9. « Українські бойовики, а як ще їх можна назвати? Продовжують бити по своїх громадянах.» - О. Скабєєва - 00:30:36

10. «Ми поки не йдемо в катакомби «Азовсталі». Чекаємо поки нацики приймуть вірне для себе рішення.» - О. Скабєєва - 00:31:44
11. «Стоїть питання, чи вбивати їх всіх, тих одіозних фашистиків, чи залишати для суду, і показувати народу, хто вони насправді.»- Рустем Клунов, ветеран воєнної розвідки, герої Росії - 00:37:16
12. «Там у них(в Україні) перемога за перемогою, змучились святкувати.» - О. Скабєєва - 00:39:12
13. «Потрібно їх посадити у клітку і хай люди роблять з ними що хочуть.»- О. Скабєєва - - 1:16:15
14. «Це вбивці, яких потрібно мочити в туалеті.» Олексій Мартинов політолог, директор міжнародного інституту новітніх держав - 1:17:05

Такий посил з екранів телебачення створює людям ілюзію нездатності українських воїнів до хорошої оборони та ведення бою. Крім того, війська ЗСУ показані як жорстокі люди, які без жодної емпатії вбивають власних громадян. Саме тому можна спостерігати великий відсоток росіян, які підтримують рішення влади провести «спецоперацію» та врятувати людей. Оскільки, транслюється викривлена реальність, яка робить із захисників вбивць і навпаки.

Наступним акцентом є приниження країн Західного світу та їх політичних лідерів. Оскільки весь світ, а особливо Захід, допомагає Україні боротися , то російська пропаганда працює для сплюндрування їх політичного ладу.

Основним фреймом, саме у цьому випуску став «Захід бреше та втрачає свою силу.

1. «Зараз Пентагон скаже, що люди, які вітають наших солдатів насправді актори , які були поставлені нашою владою - О. Скабєєва - 00:06:34
2. «Америка заперечує той факт, що насправді Маріуполь взятий, але чому тоді такий розголос йде про «Азовсталь?» О. Скабєєва - 00:07:11
3. «Дволикі американці, які мріють про Пасхальне перемир'я, самі обстрілювали Югославію з ракет, на яких було написано «Happy Easter».» (авт. йдеться про війну у Югославії, яка тривала у 1991-2001 рр.) - О. Скабєєва - 00:12:05
4. «Трамп заявляє, що Росія більше не боїться Америки, ніби ми колись боялись.» - О. Скабєєва - 00:14:27
5. «Пентагон це все не признає(авт.йдеться мова про успіх російської армії на «Азовсталі»), бо у них зараз стадія неприйняття ситуації, але скоро вони перейдуть до прийняття» О. Скабєєва - 00:34:43
6. «А які сили є у Великобританії, а точніше «малобританії?» О. Скабєєва - 00:43:26
7. «Як би добре він(авт.мова про Борис Джонсона) виглядав разом з «петушком» ,якого подарували йому в Києві!» -О. Скабєєва 00:44:34

Загалом російські фрейми можна розцінювати як радикально агресивні. Ведуча програми часто використовує сатиричні висловлювання та ненормативну лексику відносно лідерів західних країн. У свою чергу розмов про стан життя в Росії не було озвучено, проте кожне згадування глави РФ було обережним та поважливим.

Проте можна побачити певні позитивні відгуки про колективний Захід у цій програмі. Звісно, це не об'єктивно

позитивні, а ті, що відповідають тій програмі. У цього випуску прозвучали фрази, які викликали позитивну реакцію у ведучих та гостей токшоу. Хороші висловлювання, які прозвучали щодо колективного Заходу:

1. «На Батьківщині Джонсона, за останніми опитуваннями, 78 відсотків не довіряє Борису Джонсону і він брехав про п'яні вечірки у нього вдома. Це показує, що нарешті уряд почав хвилюватися власними проблемами і не лізти у наші справи.» - О. Скаб'єєва - 00:16:39

2. «Трамп підкреслив, що Америка ніколи не була такою слабкою, якою вона є зараз. І тут варто підтримати його за чесність.» - О. Скаб'єєва 00:08:26

Спираючись на дані щодо негативних та позитивних висловлювань про Захід, можна створити певний графік, який буде показувати у відсотковому співвідношенні вектор мислення цієї програми щодо західних партнерів України. (див.ст.16 таб.2)

Варто також зазначити не вербальну комунікацію впродовж шоу, яка допоможе краще зрозуміти та підкріпити антиукраїнську риторику впродовж шоу. Невербальна комунікація передбачає не свідомі, ледь помітні рухи обличчя, тіла або інші види передання емоцій. У цій роботі важливо зрозуміти саме те, що гості та ведуча програми хотіла показати своїм обличчям. Невербальна комунікація впродовж шоу була дуже зрозуміла для неозброєного ока пересічного глядача. Ведуча телепрограми не соромилась передавати всі емоції впродовж випуску та навпаки підкріплювала свої слова емоційними виразами обличчя. Ці помітні гримаси на обличчі допомагають глядачам довіритись ведучій та прийняти фрейми, які вона представляє аудиторії. Міміка Ольги Скаб'єєвою є виразною та експресивною, тому

притягує погляди глядачів. « Довіру можна створити між людьми, надсилаючи невербальні підказки, які відповідають вашим словам.»²⁷- каже дослідниця Діпіка Шутела. Саме такий принцип є використаний у програмі і це тільки підкріплює довіру людей до фактів, які наводить О.Скабєєва. (додаток 3,4)

Висновок до розділу

Сучасні медіа мають надзвичайно великий вплив на мислення людей, які переглядають телебачення або певним чином приймають інформацію, яка надходить з будь-якого джерела. Для успішної роботи використовуються різні інструменти для маніпулюванням свідомістю глядачів. У цьому розділі я розглянула найпопулярніший метод для донесення інформації через телебачення, а саме через програму, яка має назву «60 минут» та транслюється на федеральному телеканалі. З огляду на телепрограму я зробила висновок, що найактивніший метод — це створення фреймів, які формуються на основні agenda settings, тобто новин, які є важливі саме у цей день та ті, які варто показати особливо активно і змусити людей думати про них. Фрейми націлені на те, щоб показати певні акценти, які представляються впродовж програми та створити певне уявлення та асоціації щодо ситуації. Фрейми формуються відповідно до політики програми, тому вони ніколи не можуть бути цілком об'єктивними. Загальні фрейми саме програми, які предсталені у моїй роботі, є гостро негативними щодо України та української влади загалом. Я розглянула дві програми , а саме за 22.02.2022 та 22.04.2022. Загалом я дійшла до висновку, що фрейми впродовж двох місяців щодо України кардинально не змінилися, а навіть

²⁷ Phutela D. The importance of non-verbal communication //IUP Journal of Soft Skills. – 2015. – Т. 9. – №. 4. – С. 43.

набули більш агресивних форм та висловлювань. Фрейми про Україну зайняли першочергову важливість у програмі за квітень, тоді як у лютневому випуску мова йшла більше про Росію та Л/ДНР. Фрейми мають класифікації, а саме - діагностичний фрейм, прогнозувальний та мобілізаційний. Всі вище названі фрейми присутні. Прикладом діагностичного можна назвати фрейм «ЗСУ - вбивці», таким чином ЗМІ показує українців з потрібного для них ракурсу. Після цього прогнозує фрейм пропонує вирішення, а саме «залякування». Мобілізаційний у свою чергу представлений через фрейм «другорядності та приниження». Саме через професійну роботу режисерів, ведучих та гостей програми фрейми успішно впроваджуються у свідомість людей та створюють уявлення про Україну та її громадян. Також використовуються фрейми для приниження колективного Заходу, який активно підтримує Україну у боротьбі за її незалежність. Ведучі та експерти шоу не соромляться використовувати нецензурну лексику та грубо висловлюватися про лідерів інших країн. Також для підкріплення своїх слів вони використовують невербальну комунікацію, яку виразно показують у своїй міміці. Цей прийом допомагає глядачам більше довіряти фреймам, які їм пропонують ведучі та гості шоу.

Висновки до роботи

Сучасний світ вимагає нових підходів до всіх складових нашого життя. Розвиток технологій націлений на спрощення коженденних реалій та оптимізації людської праці. Проте вдосконалення технологій також несе за собою негативні наслідки для людства. Моя робота показала, що цифрове століття повністю змінило ЗМІ. У свою чергу засоби масової інформації є невід'ємною частиною військових конфліктів. Особливих змін та розквіту вони досягнули у 20 столітті. У часи Першої та Другої світових воєн активно використовували засоби масової інформації для надання людям важливої інформації про події, але крім того вони використовувалися для пропаганди, яка була націлена на мирне населення. Газети та листівки стали потужним інструментом для деморалізації населення у ході бойових дій і використовувалися противником для створення нездорової атмосфери всередині країни, яка сприяла зниження морального духу громадян. Також пропаганду використовували для позитивних змін всередині країни. Вона була активним інструментом, який викликав у людей припіднятий моральних дух, змушував робити зміни, а також допомагав владі змінювати думки людей про певні речі.

З часом ЗМІ з паперових носіїв перейшли більше у цифровий варіант, який спростив та прискорив механізм пошуку інформації. Телебачення та інтернет допомогли укріпитися новому типу війни, яка має назву - «інформаційна». Її суть полягає у інформаційному тиску на людей через мас-медіа. Такий тип війни об'єднався разом зі збройною війною та разом вони утворили новий тип війни, який має назву - «гібридна війна».

Вона у себе включає активне використання збройних конфліктів, які переплітаються разом з інформаційним тиском на людей. У тандемі вони висувають лінію фронту далеко за її військові межі. Таким чином вона впливає на громадян, у чий країні тривають військові дії, а також на людей, які перебувають на території країни-агресора. Кожна країна, яка перебуває у протистоянні використовує інформацію, як активне джерело насаджування думок та пропаганди ідей. У цій роботі я взяла саме російсько-українську війну, яка триває у момент написання роботи. РФ втрутилась у незалежну Україну ще у 2014 році, проте повномасштабна війна почалася саме 24 лютого 2022 року. Незважаючи на безліч доказів звірства армії РФ та порушення суверенітету незалежної країни, громадяни Росії підтримують рішення влади. Причиною цього є саме у поданні інформації всередині країни. Для доказу того я використала програму, яка транслюється на федеральному телеканалі «Россия 1», «60 минут» з ведучою Ольгою Скабєєвою. Цю телепрограму я аналізувала за допомогою фрей-аналізу, який передбачає пошук головних акцентів у риторичній шоу, та якими шляхами ведуча та гості програми підносять інформацію телеглядачам. Ці фрейми також формують agenda settings, тобто порядок денний у телебаченні, який на пряму впливає на думки глядачів впродовж дня або певного часу. У рамках цієї роботи я проаналізувала випуск за 22 лютого 2022 року та 24 квітня 2022 року. Фреймінговий аналіз показав, що риторика цієї програми є різко негативною до України та репрезентує її, як країну-ворога. Основними фреймами програми за 22 лютого є образа ЗСУ, президента України та радість щодо звільнення псевдореспублік ДНР та ЛНР. У випуску за 24 квітня домінували фрейми образи

ЗСУ та Західних партнерів України. Таким чином можна зробити висновок, що впродовж повномасштабного вторгнення РФ в Україну фрейми не змінилися, а навпаки стали більш радикальними та агресивними. За допомогою таких методів влада РФ формує високий рівень підтримки у країні, проте існує також певний відсоток людей, які не погоджуються з рішенням влади. Проте у Росії існує спіраль мовчання, яка змушує людей не ділитись своєю думкою, аби не бути викинутим із соціального кола, у якому індивід присутній.

Для підсумку важливо зазначити, що Росія успішно веде боротьбу на інформаційному фронті всередині країни. Для того журналісти використовують різні методи впливу на людей, у тому ж числі невербальну комунікацію, яка має велику дію на аудиторію.

У цій роботі я намагалась показати важливість мас-медіа у війні та показати на прикладі, як Росія створює уявлення України, як країни ворога у свідомості своїх громадян.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Beranek, Leo L. "Who really invented the internet?." *Sound and Vibration* 41.1 (2007): 6-15.
2. Vladimir Bratic
Assistant Professor, Hollins University Roanoke, VA
Title: Examining peace-oriented media in areas of violent conflict
3. Горєвалов С.І. Військова журналістика України: історія та сучасність / С.І. Горєвалов. – Львів: Видавництво Військового інституту при ДУ «Львівська політехніка», 1998. – 388 с.
5. Ганна Арендт. Джерела тоталітаризму. Видавництво Дух і літера 2002.- с.389
4. *Voegelin E. The origins of scientism // Social Research. – 1948. – December*
5. Cynthia Carter and C. Kay Weaver «VIOLENCE AND THE MEDIA» с.-3
6. Кондратюк М.О. Харківський вісник , номер 41, 2013
7. Тишков В. А. СМИ и конфликты / В. А. Тишков // Независимая га- зета. — 1994. 10 апреля.
8. Євген Магда. Гібридна війна: вижити і перемогти , 2015 с-7 [Електронний ресурс] http://vivat-publishing.com/wp-content/uploads/2016/03/Gibridnaya_voyna_ukr.pdf
9. Flood, Alison. “’Post-truth’ named word of the year by Oxford Dictionaries”. *The Guardian*, November 15, 2016d 5 November 2016).
10. Steve Tesich, “A Government of Lies,” *The Nation*, 6-8. (January 1992): 12.

11. Noelle-Neumann, Elisabeth. "The spiral of silence a theory of public opinion." *Journal of communication* 24.2 (1974): 43-51.
12. Coleman R. et al. Agenda setting //The handbook of journalism studies. – Routledge, 2009. – С. 167-180.
13. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm
Entman, Robert M
Journal of Communication; Autumn 1993; 43, 4; ABI/INFORM Global pg. 55
14. Phutela D. The importance of non-verbal communication // IUP Journal of Soft Skills. – 2015. – Т. 9. – №. 4. – С. 43.

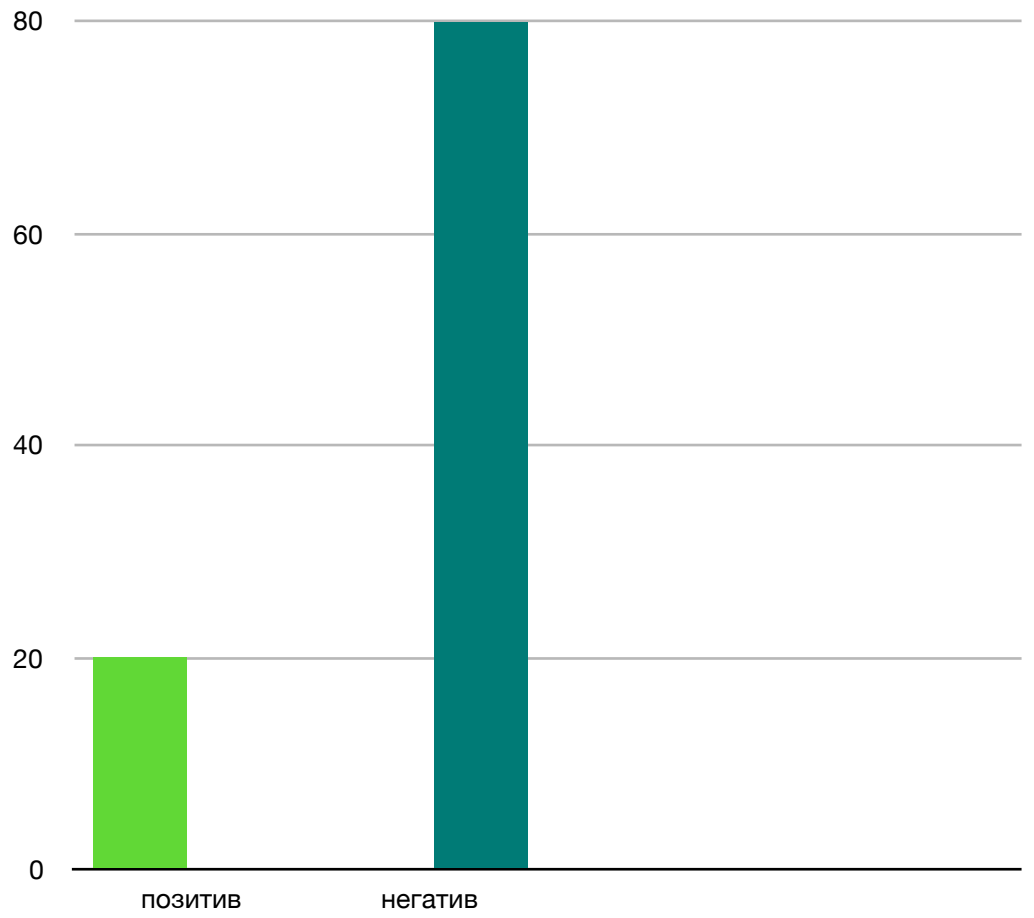
МАТЕРІАЛИ З ІНТЕРНЕТУ

- 15 Т. Удалова «РОЛЬ ПРЕСИ ТА РАДІОМОВЛЕННЯ НА ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНИ У ПЕРІОД ДРУГОЇ СВІТОВОЇ ВІЙНИ (1939-1945 рр.)»[Електронний доступ] - Режим доступу до ресурсу: http://www.irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbu/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/lipd_2013_3_15.pdf
16. Почепцов, Георгій. "Гібридна війна: інформаційна складова." Г. Почепцов. [Електронне джерело] - Режим доступу:http://www.jimagazine.lviv.ua/2015/Pochepcov_Gibr_vijna_inf_skladova.htm.
17. Ибраева Г. Региональные конфликты и средства массовой информации, [Електронне джерело]. — 2004. — Режим доступу: <http://psyfactor.org/lib/infowar3.htm>

- 18 . Євген Магда. Гібридна війна: вижити і перемогти , 2015 с-7
[Електронний ресурс] - Режим доступу: http://vivat-publishing.com/wp-content/uploads/2016/03/Gibridnaya_voyna_ukr.pdf
19. Словник [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/post-truth>
20. BBC NEWS Russia випуск за 04.02.2021 [Електронний ресурс] -
Режим доступу: <https://www.bbc.com/russian/news-55930888.amp>
21. Framing Terrorism Pippa Norris, Montague Kern and Marion Just
[Електронний ресурс] - Режим доступу: https://www.academia.edu/2749908/Framing_terrorism_The_news_media_the_government_and_the_public
22. Левада - центр опитування [Електронний ресурс] - Режим
доступу: <https://www.levada.ru/2022/03/30/odobrenie-institutov-rejtingi-partij-i-politikov/?fbclid=IwAR0CfYyTIjm92iq-v4iazhnENZMLrnuDBT6jP6lWWX1lFSILJCBEGUA13-Q>
23. Випуски « 60 минут» [Електронний ресурс] - Режим доступу:
<https://60-minut.su/60-minut-vypusk-ot-22-02-2022-istoricheskoe-priznanie.html>

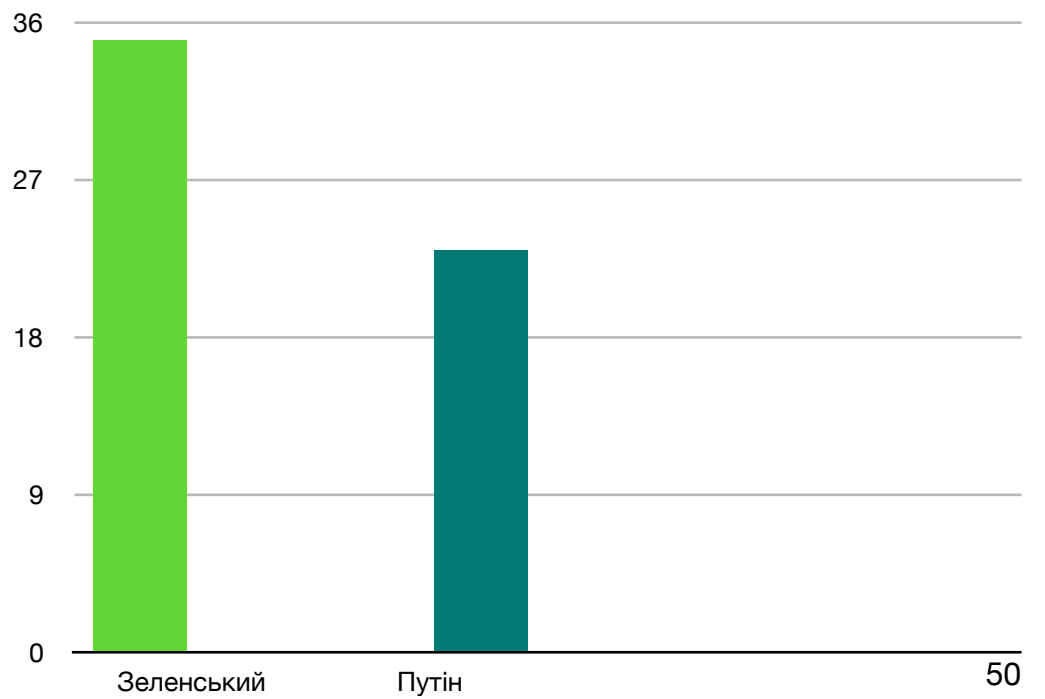
Додаток 1

Таблиця 1



Додаток 2

Таблиця 2



Додаток 3



Додаток 4

