

FOREIGN BROADCASTING IN UKRAINE AS A COUNTERACTION TO RUSSIAN PROPAGANDA DURING THE WAR

ABSTRACT

Functionalities of foreign broadcasting mass media will depend on why it was established. The nature of its work creates such tasks: to promote the positive image of the state, to protect its own political and cultural interests, to support tourism, to deal with the negative perceptions in the society that can influence the way of life in the country. It also helps to consolidate relations with diasporas, to study the language and the culture, he values, ethics and spiritual qualities that motivate people at the deepest level and are the sources of the attitudes and behavior which provide the foundation of human society. So, on the basis of it there are five main functions of foreign speaking mass media: the defense of national interests, promotional activity, counter-narrative activity, educational activity and communication. Our arguments for the proposed classification relates to features of peculiarity of foreign broadcasting mass media, historical background and the content of foreign broadcasting mass media.

This article analyses informational basis of current military conflicts. The author focuses on informational, psychological and mass media basis of Russian military intervention in Ukraine. Mass media, especially television, is used as an instrument of the significant impact of information influence.

The obtained results supplement and expand well-known facts of specific features in such mass media companies. Such clarification of basic functions in foreign broadcasting mass media will help to improve the existing



DZHOLOS OLEH

Ph.D. in Social Communication.
Associate Professor of the
Department of TV and Radio in
Taras Shevchenko National
University of Kyiv, Institute
of Journalism

system of the Ukrainian State foreign broadcasting.

The obtained results supplement and expand well-known facts of specific features in such mass media companies. The results of the study can be used to develop and improve the Ukrainian State foreign broadcasting mass media.

Key words: foreign broadcasting, a multimedia platform, propaganda, counter-narratives, a foreign broadcasting corporation, national interests.

ჩვენი ენების შეხველა, როგორც რუსული პროპაგანდის ანტილოტი ომის დროს

ოლეგ ჯოლოს

სოციალურ კომუნიკაციებში მეცნიერებათა კანდიდატი, კიევის ტარას შევჩენკოს სახელობის ეროვნული უნივერსიტეტის ტელევიზიისა და რადიოს განყოფილების ასოცირებული პროფესორი დონეცკის რეგიონალური სახელმწიფო ტელერადიო კომპანიის გენერალური დირექტორი

უცხო ენის ფუნქციური მახასიათებლები განისაზღვრება იმ მიზნებითა და ამოცანებით, რისთვისაც იგი შეიქმნა. უცხოენოვანი საქმიანობის სპეციფიკა

აყალიბებს შემდეგ ამოცანებს: სახელმწიფოს პოლიტიკური იმიჯის შექმნა და ხელშეწყობა; საკუთარი პოლიტიკური და კულტურული ინტერესების დაცვა; ტურიზმის ხელშეწყობა; ნეგატიური ინფორმაციის წინააღმდეგ ბრძოლა, რომელიც გავლენას ახდენს ქვეყანაში მიმდინარე მოვლენების აღქმაზე, როგორც შიდა, ისე საერთაშორისო აუდიტორიის მიერ; დიასპორის კომუნიკაცია სამშობლოსთან, ენისა და ტრადიციების შესწავლა; ღირებულებითი ნორმებისა და გაიდლაინების გავრცელება და სხვ. ამ ამოცანებიდან გამომდინარე, მიზანშეწონილია გამოვიყენოთ უცხო ენის ხუთი ძირითადი ფუნქცია: ეროვნული ინტერესების დაცვა, პროპაგანდა, კონტრპროპაგანდა, საგანმანათ-

ლებლო და პედაგოგიური და საკომუნიკაციო. უცხოენოვანი ფუნქციების შემოთავაზებული კლასიფიკაციის სასარგებლოდ ჩვენი მსჯელობა განპირობებულია უცხოენოვანი აქტივობების სპეციფიკური თავისებურებებით, ისტორიული ფონითა და უცხო მეტყველების შინაარსით.

სტატიაში გაანალიზებულია თანამედროვე სამხედრო კონფლიქტების ინფორმაციული კომპონენტი. ავტორი განსაკუთრებულ ყურადღებას უთმობს უკრაინის წინააღმდეგ რუსეთის ფედერაციის სამხედრო ინტერვენციის ინფორმაციული, ფსიქოლოგიური და მედია კომპონენტის ანალიზს. ცალკე საუბარია მასმედიის როლზე, როგორც ინფორმაციული გავლენის ან ინფორმაციული და ფსიქოლოგიური ოპერაციების განხორციელების ინსტრუმენტების შესახებ.

უკრაინის უცხო ენის მულტიმედიური პლატფორმის

საქმიანობის მონაცემების საფუძველზე გამოკვეთილია უცხო ენის ძირითადი ფუნქციები. კვლევისას მიღებული შედეგები აფართოებს და ავსებს უკვე ცნობილ ფაქტებს უცხოენოვანი კორპორაციების ფუნქციონირების სპეციფიკის შესახებ. უცხო ენის ძირითადი ფუნქციების გამოკვეთა ხელს შეუწყობს უკრაინის სახელმწიფო უცხო ენის არსებული სისტემის გაუმჯობესებას.

კვლევისას მიღებული შედეგები აფართოებს და ავსებს უკვე ცნობილ ფაქტებს უცხოენოვანი კორპორაციების ფუნქციონირების სპეციფიკის შესახებ. კვლევის შედეგები შეიძლება გამოყენებულ იქნას უკრაინის სახელმწიფო უცხო ენის განვითარებისა და ფუნქციონირების გასაუმჯობესებლად.

საკვანძო სიტყვები: უცხო ენა, მულტიმედიური პლატფორმა, პროპაგანდა, კონტრპროპაგანდა, უცხოენოვანი კორპორაცია, ეროვნული ინტერესები.

ІНОМОВЛЕННЯ УКРАЇНИ ЯК ПРОТИДІЯ РОСІЙСЬКІЙ ПРОПАГАНДИ ПІД ЧАС ВІЙНИ

ДЖОЛОС ОЛЕГ ВОЛОДИМИРОВИЧ

кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри телебачення і радіомовлення
Навчально-наукового інституту журналістики
КНУ ім. Тараса Шевченка,
генеральний директор Донецької обласної
державної телерадіокомпанії

Постановка проблеми. Цього року, в результаті збройної агресії Росії, Україна опинилася на вістрі світової інформаційної та світоглядної боротьби. Тому дослідження, присвячені теорії та практиці іномовлення, природі і трансформації його функцій в умовах війни, актуальні і відповідають суспільній потребі в ефективності діяльності медіа. Іномовлення залежне від світової геополітичної ситуації, що безпосередньо впливає з його функціональні специфіки. Адже виникнення перших іномовних інституцій, було зумовлено конфронтацією політичних режимів, напруженою військовою ситуацією, міжнародним економічним протистоянням. Розвиток іномовлення і його функцій завжди залежав від необхідності інформаційного впливу однієї країни на іншу та від ефективності цього впливу. Сьогодні ситуація у світі не менш напружена і загострена, ніж тоді, коли в ефірі вперше прозвучали позивні міжнародних радіомовних служб. Тому дослідження, присвячені теорії та практиці іномовлення, природі і трансформації його функцій, актуальні і відповідають суспільній потребі в ефективності діяльності медіа та забезпечення інформаційної безпеки держав.

Одним з головних завдань іномовних компаній є інформування іноземних аудиторій про політичне, культурне та економічне життя власних країн, роз'яс-

нення позицій з важливих внутрішніх і зовнішніх питань. Водночас невід'ємним обов'язком іномовних компаній є захист національних інтересів та підтримка позитивного іміджу держави у світі.

В умовах збройної агресії одним з театрів дій є інформаційний простір. Чотири місяці уже триває наше протистояння агресору на землі, у небі й на морі, в інформаційному та кіберпросторі. Але інформаційна війна триває ще довше. Вона відбувається надзвичайно активно, з використанням передових технологій, і Україна у цій війні захищається не наодинці, а з консолідованою підтримкою передусім європейських та американських ЗМІ. Ця підтримка відбувається водночас із військовою та політичною – створення антипутінської коаліції та переведення протистояння на рівень Україна-ЄС-НАТО проти РФ та її союзників (наприклад, Білорусь, Еритрея, КНДР); те ж саме можна сказати про інформаційний фронт – українські державні ЗМІ англійською мовою (UATV English) транслюються на 6 супутниках та на кабельному мовленні у Європі та Америці в 60+ країнах, доступ до них мають Велика Британія, Польща, Сполучені Штати Франція, Німеччина, Словаччина, Чехія, Румунія, Литва, Латвія, Естонія, Іспанія, Португалія, Грузія, Азербайджан а у березні та квітні 2022 р. мовлення також поширили на Фінляндію, Швецію, Норвегію, Данію, Італію, Ватикан, Сан-Марино, Болгарію, де UATV замінив російського пропагандистського мовника Russia Today.

Тож з метою захисту національних інтересів, мінімізації пропагандистської діяльності іноземних мовників, викриття дезінформації, а також задля подання правдивої інформації та формування позитивного іміджу України у світі, Верховна Рада ухвалила Закон України «Про систему іномовлення України» від 08.12.2015 р. № 856-VIII [1]. Потужна система іномовлення має забезпечити повну інформаційну картину про події в Україні

для іноземців та українців, які проживають за межами держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Отже, щоб покращити діяльність українського іномовлення, необхідно дослідити функціональні особливості, формування та подавання контенту у всесвітньо відомих іномовних корпораціях. Теоретичну основу дослідження становлять праці українських (О. Гресько, І. Хоменка, О. Гояна, В. Лизанчука, Г. Почепцова, В. Конаха,) і зарубіжних науковців (Дж. Вуда, М. Прайса, С. Хаас, Д. Марголін, Дж. Мартіна, Г. Лассвела,). Для моніторингу емпіричної бази були використані матеріали онлайн-версії державної іномовної телекомпанії України: UATV (www.uatv.ua).

Мета статті – дослідження особливостей та ефективності медіакампанії українського державного іномовлення з метою захисту національних інтересів, протидії ворожій пропаганді та поширення проукраїнських меседжів в інформаційній війні 2022 року.

Виклад основного матеріалу. Мовлення на зарубіжні країни або іномовлення – це поширення інформації за межі тієї країни, з якої ведеться мовлення на закордонну аудиторію, тобто воно більш спрямовано на зарубіжну аудиторію, ніж на вітчизняну. Закон «Про систему іномовлення України» подає таке визначення терміна «іномовлення»: державне іномовлення України – мовлення, спрямоване на інформування про події в Україні, що здійснюється у формі інформаційних повідомлень, новин, програм (передач) з використанням технічних засобів телерадіокомунікацій, а також інші форми діяльності, передбачені цим Законом [1].

Кандидат політичних наук В. Конах у своїй статті «Еволюція іномовлення в іноземних державах: досвід для України» звертає увагу на велике значення іномовлення у становленні країни як в інформаційному просторі, так і на геополітичній карті світу. Автор виділяє такі основні функції іномовлення, як просвітницька, пропагандистська й захисна: «Іномовні служби залишаються важливим інструментом не тільки в наданні допомоги іноземній аудиторії у знайомстві з власною країною та її народом, сприянні розповсюдженню ідеологічних, культурних та інших цінностей мовника у світі та підтримки культурного, мовного та інших взаємозв'язків зі співвітчизниками закордоном, а й – у просуванні й захисті національних інтересів за кордоном, формуванні та підтриманні позитивного іміджу власної держави у світі». [2,15-16].

Не можна недооцінювати значення іномовлення в інформаційному просторі, адже саме воно є потужним засобом у використанні концепції так званої «м'якої сили» або «дипломатії впливу» – досягненні мети не мілітаристичними засобами, а психологічними, інформаційними, в тому числі з використанням ЗМК.

Оскільки іномовлення – досить специфічна форма масової комунікації, то науково обґрунтованою є думка, що доречно виділити п'ять основних функцій іномовлення: захисту національних інтересів, пропагандистську,

контрпропагандистську, комунікаційну.

Ключовим інструментом міжнародних медіакомунікацій України є державний телеканал іномовлення UATV, що має на меті надавати іноземній аудиторії актуальну, повну інформацію про події в Україні, захищати національні інтереси у світовому медіапросторі, формувати й підтримувати позитивний імідж України у світі.

В умовах військової агресії на перший план виходять пропагандистська та контрпропагандистська функції українського іномовлення. Вони мають за мету посилити так звану «м'яку силу» або «дипломатію впливу» – як досягненні мети не мілітаристичними засобами, а психологічними, інформаційними, в тому числі з використанням ЗМК. З початком війни української іномовною корпорацією було впроваджено комплексну медіакампанію метою якої стало поширення проукраїнських наративів закордоном (в першу чергу в Європі), забезпечення правдивого висвітлення подій війни в Україні, її причин, наслідків для країн Європи та всього світу. В контексті контрпропаганди було поставлено за мету дати відсіч намаганням російської пропаганди викривити реальні події в Україні та представити агресію РФ виправданою. Однією з центральних цілей медіакампанії є показати, що українці та європейці мають спільні цінності, а також те, що війна йде передусім за свободу українського народу, за демократію та верховенство права. Також до мети медіакампанії належить виправдання військової, політичної, інформаційної, гуманітарної допомоги Україні та інших способів підтримки для нашої держави під час війни. Також визнання євроатлантичного курсу України як справедливого та необхідного серед аудиторій європейських країн, котрі роками піддавалися як частковому, так і значному впливу російської пропаганди.

Медіакампанія складається із гнучкої медійної інформаційної стратегії, котра спрямована максимально «достукатися» до аудиторії. Під час воєнного положення в Україні більшість телеканалів доєдналися до інформаційних телемарафонів «Єдині новини» та телевізійного проекту Freedom. Саме марафон Freedom – пряма зона відповідальності каналу UA та інформаційного агентства Укрінформ, що входять до складу Мультимедійної платформи іномовлення України. Мовлення ведеться передусім російською, англійською та арабською мовами. До марафону Freedom також приєдналися багато українських телеканалів, зокрема «Україна 24», УНІАН ТВ, «Інтер» та інші. Проект є мультимедійним, саме тому контент каналу UATV English створюються редакцією міжнародної інформації каналу UA англійською мовою і поширюється за допомогою медіасервісів мережі Інтернет. Форми контенту: сюжети, токінги, спеціальні репортажі. Англійські спеціальні кореспонденти працюють на міжнародних подіях, зустрічах, прес-конференціях. Так журналісти українського іномовлення працювали у Польщі на прес-конференції Президента США Джо Байдена, коли той відвідав Польщу; знімали протести

на вулицях Парижа після президентських виборів; працюють на прес-конференціях очільників НАТО. Кореспонденти редакційного ньюзруму у Києві записують коментарів у експертів-спікерів: народних депутатів, високопосадовців, представників Офісу Президента, західних партнерів, медійників та опозиціонерів з РФ. Із міжнародної діяльності варто відзначити роботу на прес-зустрічах європейських та світових організацій, зокрема на засіданнях ОБСЄ. З цих джерел формується інформаційний порядок денний українського державного іномовлення. Результатом медіакампанії стало значне зростання аудиторії державного іномовлення України.

За період 24 лютого 2022 р. – 1 травня 2022 р. кількість переглядів на ютуб-каналі UATV English перейшла позначку у 100 млн переглядів [Таблиця А]. Найбільшу частку аудиторії склали глядачі зі США, Великої Британії, Канади, Філіппін, Німеччини, Австралії, Швеції та Польщі [Таблиця Б]. Глядачі залишають тисячі позитивних коментарів з побажаннями перемоги для України щодня. Багато користувачів також пишуть в комента-

рях, що навчилися розрізняти російську пропаганду, яку десятиліттями трансливали в Європі через державні федеральні канали російської федерації. Аудиторія згуртувалася у спільноту, багато людей долучилися до підтримки України в цій війні за свободу і демократію в Європі через відправку гуманітарної та фінансової допомоги в Україну, надання прихистку для тимчасово переміщених людей, які евакуювалися із зони активних бойових дій.

За період 24 лютого – 1 травня 2022 р. показник охоплення на фейсбук-сторінці UATV English сягнув позначки в 11 млн користувачів, 10 578 користувачів залишили позначку «мені подобається» таким чином підписались на сторінку [Таблиця В]. Велика частка аудиторії на фейсбуці прийшла саме на країни Азії: Індію, Пакистан, Індонезію, Бангладеш. Таким чином різні соціальні медіа забезпечили доступ аудиторії з різних частин світу до надзвичайно важливої інформації про Україну та російсько-українську війну, як організувати допомогу нашій країні та убезпечити себе від впливу російських пропагандистських ЗМІ.

Таблиця А.

Статистичні дані каналу UATV English на відеохостингу «Ютуб» за період 4 лютого – 4 травня 2022 р. та лише за квітень 2022 р. [3]:

Період	Загальна к-сть переглядів	Трив. перегляду (у годинах)	Нові підписки на канал	Покази відео	Click-through rate (CTR)
4 лютого – 4 травня 2022 р.	101 725 658	3 368 297,1	234 831	799 395 728	8,0%
Квітень 2022 р.	28 805 349	1 045 737,5	48 306	224 017 551	8,6%

Таблиця Б.

Аудиторія відео на ютуб-каналі UATV English за 31 березня – 27 квітня 2022 р. [3]:

Кількість переглядів (у млн) за країнами



Таблиця В.

Статистичні дані платформи «Мета» (фейсбук-сторінка UATV English) за період 24 лютого – 1 травня.[4]:

Охоплення

Охоплення сторінки Facebook ⓘ

11 169 432 ↑ 16,7 тис.%



New likes and follows

Нові позначки «Подобається» сторінки Facebook ⓘ

10 578 ↑ 1,9 тис.%



Відвідування сторінки й профілю

Відвідування сторінки Facebook ⓘ

123 585 ↑ 1,9 тис.%



Аудиторія

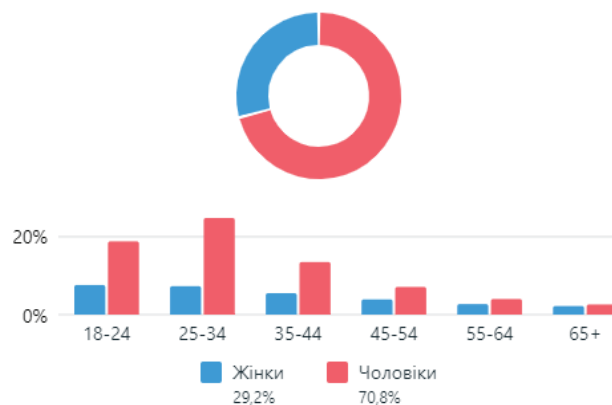
Поточна аудиторія

Потенційна аудиторія

Позначки «Подобається» сторінки Facebook ⓘ

58 616

Вік і стать ⓘ



Висновки. Якщо оглянути статистику відео та зміст коментарів, можна беззаперечно дійти висновку – проект має успіх та виконує свою безпосередню ціль: поширення проукраїнських наративів у Європі, США, Азії серед громадян цих країн. Українське іномовлення доносить правдиву інформацію про війну в Україні та впливає на громадську думку, що в свою чергу впливає на політиків країн, які надають підтримку Україні. Медіакампанія виконує свою мету в широкому масштабі, з огляду на статистику переглядів, коментарів та охоплення. Українські журналісти витісняють російську пропаганду з європейських та світових медіамайданчиків.

Функціональне різноманіття мовлення на закордон зумовлене специфікою його діяльності, оскільки іно-

мовлення значно більшою мірою залежить від динаміки світової геополітичної ситуації, ніж будь-який інший різновид соціальних комунікацій.

Функціональні особливості іномовлення обумовлені тим, з якими цілями та завданнями воно було створене, а в умовах збройної агресії домінуючими стають пропагандистська та контрпропагандистська функції іномовлення. Функції і завдання іномовлення не є статичними. Вони можуть змінюватися, оскільки змінюється медіапростір і геополітичний контекст. Тому, визначаючи домінуючі функції іномовлення під час війни, ми не заперечуємо можливості доповнення і уточнення наведених даних у процесі подальших досліджень розвитку ситуації в Україні.



ЛІТЕРАТУРА:

1. Закон України «Про систему іномовлення України» від 08.12.2015 р. № 856-VIII. <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/856-viii/> ;

2. Конач В.К. Еволюція іномовлення в іноземних державах: досвід для України / В. К. Конач // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2014. – № 118(1);

3. Інформаційна панель відеохостингу «Ютуб» <https://studio.youtube.com/>

4. Бізнес-панель «Meta Buisness Suite» <https://www.facebook.com/business/tools/meta-business-suite>.

REFERENCES:

1. Zakon Ukrainy «Pro systemu inomovlennia Ukrainy» vid 08.12.2015 r. № 856-VIII [Law of Ukraine “Pro systemu

inomovlennia Ukrainy” from December 8, 2015, № 856-VIII]. (n.d.). [zakon.rada.gov.ua](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/856-viii/). Retrieved from <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/856-viii/> [in Ukrainian];

2. Konakh V.K. (2014). Evoliutsiia inomovlennia v inozemnykh derzhavakh: dosvid dlia Ukrainy [The evolution of foreign broadcasting in foreign countries: experience for Ukraine]. Aktualni problemy mizhnarodnykh vidnosyn - Current issues of international relations, 118(1) [in Ukrainian];

3. Informatsiina panel videokhostynhu «Iutub» [YouTube Video Hosting Information Panel]. Retrieved from: <https://studio.youtube.com/>[in Ukrainian];

4. Biznes-panel «Meta Buisness Suite» [Meta Buisness Suite Business Panel]. Retrieved from: <https://www.facebook.com/business/tools/meta-business-suite> [in Ukrainian].