

Анастасія Моргун

ВІЙНА РОСІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ: ТЕНДЕЦІЇ КОНФЛІКТНОГО ДИСКУРСУ В СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ ЗМІ

У статті здійснено контент-аналіз провідних інформаційних видань України – «Українська правда», «Дзеркало тижня», «Обозреватель». Зроблено висновок, що висвітлення загальнонаціональними онлайн-ЗМІ є ситуативним і залежить від гарячих тем. Спостерігаються позитивні зрушення у бік зменшення кількості «мови ворожнечі» на сторінках ЗМІ.

Ключові слова: російсько-українська війна, «мова ворожнечі», політичний конфлікт, ЗМІ.

Morgun A. Russia's war against Ukraine: Trends of the conflict discourse in modern Ukrainian media. *In the article was made a content analysis of Ukrainian leading news publications such as: «Ukrainska Pravda», «Zerkalo Nedeli», «Obozrevatel». It was made a conclusion that nationwide coverage of online media is situational and depends on «hot» topics. There are positive developments in decreasing of the quantity of «hate speech» in the media.*

Key words: *Russia's war against Ukraine, Ukrainian conflict, «hate speech», political conflict, media.*

ЗМІ і далі залишаються одним із найбільш потужних «каналів» трансляції настроїв та упереджень громадськості, її реакції на ті події, які відбуваються в країні та світі. Важко переоцінити той

вплив, який мають результати журналістської роботи на аудиторію. На сьогодні Інтернет – один з найефективніших способів комунікації. Всесвітня мережа сприяє консолідації різних груп людей і надає величезні можливості для поширення інформації. Ці можливості, однак, можуть бути використані у різних цілях, у тому числі з метою обмеження прав і свобод людини, пропаганди насильства і залучення користувачів, перш за все молоді, до радикальних угруповань. Однією з ключових особливостей Інтернет є свобода слова. Страх, недовіра й ворожість до людей іншої зовнішності, кольору шкіри тощо виявляється на рівні повсякденного ставлення, стереотипів, побоювань, упереджень і вербальних характеристик.

Хоча дослідження восени ц.р. Левада-Центру зафіксувало спад інтересу до української проблеми (зокрема, серед росіян інтерес до українського конфлікту впав удвічі), все ж таки «мова ворожнечі» і далі заповнює мережу Інтернет і дуже складно її контролювати.

Так, якщо в серпні 2014 р. за подіями в Україні стежило 64% жителів РФ, то у вересні 2016 р. – 35%. Введення візового режиму з Україною (станом на вересень 2016 р.) підтримали 39% росіян. Згідно з опитуванням Левада-Центру, 48% жителів Росії висловилися за «дружні» відносини між двома країнами, без віз і митниць. Ще 8% громадян РФ вважають, що держави повинні об'єднатися. Під час анексії Криму, свідчать дані опитування, за візовий режим з Україною виступало 16% росіян, а об'єднання хотіло 28% [1].

Трансльовані повідомлення упередженості, неприйняття та ненависті щодо окремих груп населення сприяють започаткуванню насильницьких угруповань. Спостерігається порушення стандарту балансу новин, відокремлення фактів від коментарів, надання значної кількості недостовірної інформації, розміщення матеріалів з ознаками замовлення тощо.

Поняття «мова ворожнечі», «мова ненависті» (від англ. – «hate speech») в Україні активно увійшло до обігу в 2006–2007 рр. Виходимо з того, що це – будь-яке самовираження із елементами заперечення принципу рівності всіх людей у правах. У Рекомендації Комітету міністрів Ради Європи № 97(20) про «мову ворожнечі» подано таке визначення: «... всі види висловлювань, котрі поширюють, розпалюють, підтримують або виправдовують расову ненависть,

ксенофобію, антисемітизм та інші форми ненависті, викликані нетерпимістю, в тому числі нетерпимістю, що виявляється у формі агресивного націоналізму та етноцентризму, дискримінації меншин і ворожого ставлення до них, а також іммігрантів та осіб, що за своїм походженням належать до іммігрантів» [2].

Оскільки на сьогодні в Україні не існує законодавства щодо реєстрації інтернет-ЗМІ, доступ до структури власності онлайн-ЗМІ є більш складнішою за всі інші типи ЗМІ. Останнім часом у мережі Інтернет було дуже багато суперечок щодо «мови ворожнечі» і достовірної термінології під час опису подій у зоні АТО.

У цьому сенсі поняття «мова ворожнечі» поширюється на всі висловлювання, які спрямовані проти якоїсь однієї особи або якоїсь визначеної групи осіб. Дотримання стандартів якості, креативні підходи до вибору тем та розуміння того впливу, який статті та сюжети мають як на героїв, так і на аудиторію взагалі, – важливі компоненти розвитку та досягнення конкурентної переваги у сфері поширення інформації сьогодні. У конкурентному світі ЗМІ інформація переміщується із запаморочливою швидкістю. Дуже мало часу відведено на перевірку фактів та зображень або підтвердження інформації, і, як виявляється, тут зовсім немає місця для уважного обговорення питань журналістської етики. Проте навіть якщо бракує часу, репортери та редактори повинні зупинитися і робити аналіз щодо наявності образливого, провокативного змісту в їх продукції. Враховуючи темпи розвитку сучасних медіа та можливості, що відкриваються для вільного висловлення думок, де користувач стає і творцем інформації, слід особливу увагу приділяти змісту тих повідомлень, що розміщуються на сучасних медійних ресурсах. Зростає відповідальність за використання «мови ворожнечі», яка є потужним засобом впливу на формування громадської думки. Подібні тенденції уже кілька років поспіль простежуються в сучасному українському медійному середовищі.

Найбільш вживаними в українських ЗМІ є дев'ять груп слів, які мають принизливу оцінку, для висвітлення подій на Донбасі, Криму та Росії, а саме: «ватник», «москаль», «рашизм»/»рашист», «мордор», «лугандон», «колорад», «раша»/»рашка», «кацап» і «московит».

Наведемо ще приклади найбільш уживаних в українських ЗМІ груп слів, а саме: «ватник», «москаль», «рашист, рашизм», «мордор»,

«кацап», «бендери», «сепари». «Обозреватель» найбільше потрапляє під критику і досить часто простежується повідомлення прес-служб та офіційних осіб без відповідних коментарів експертів та без вимого журналістського доопрацювання.

Здебільшого слово «терористи» з'являється у передруці офіційної інформації зі штабу АТО або у цитатах чиновників і політиків. Ця назва є некоректною і неточною за змістом, проте офіційні джерела її часто використовують, оскільки конфлікт на Сході офіційно названий антитерористичною операцією. Наступними за популярністю є слова – «сепаратисти» або «проросійські сепаратисти», що теж не є коректним висловом. Далі – термін «російсько-терористичні найманці», який складно назвати коректним за змістом, адже він, як мінімум, заперечує участь у конфлікті представників регулярної російської армії, місцевого населення і зводить все до невідомої націоналістичної терористичної організації з найманцями.

Значно частіше яскраво забарвлені лексичні одиниці на позначення іншої сторони конфлікту вживаються в центральних друкованих та інтернет-ЗМІ під час передачі прямої мови чиновників і політиків, ніж у власне журналістському тексті. Це такі слова як: «ворог», «командири-мусульмани», «противник», «загарбник». Щодо бійців АТО, то в ЗМІ траплялися випадки вживання слів на кшталт «хунта» чи «раби», але вони вживалися в гумористичному контексті і несли позитивну конотацію, наголошуючи на абсурдності вживання подібних слів протилежною стороною. Наприклад: ««Хунта» построила себе на линии фронта блиндаж в «украинском стиле»: опубликованы фото»; «В Киеве – «хунта», в Москве – «милый Путин»: журналисты узнали технику информвойны на Донбассе. Опубликовано видео»; «Забыли слово «хунта»: журналисты рассказали о «прозрачии» жителей Донбасса».

Під час моніторингу термінології, яка вживалася на позначення інших груп населення, таких як: переселенці, родини військових, мешканці окупованих територій, волонтери та діти, – не зафіксовано жодної одиниці «мови ворожнечі» чи лексеми з негативним забарвленням. Загалом, у зазначених ЗМІ явна «мова ворожнечі» чи негативне ставлення журналістів до однієї з конфліктно чутливих категорій населення (переселенців, мешканців окупованих територій) майже не трапляється. Поодинокі випадки негативної конотації або

неточне називання були пов'язані швидше з низьким рівнем етичної чутливості, з цитуванням прес-релізів або «гарячих» висловів політиків, але не зі свідомим бажанням журналістів принизити якусь із досліджуваних груп.

За інформацією Інституту масової інформації в центральних новинах, досліджуваних веб-сайтах і друківаних ЗМІ було зафіксовано низький рівень представленості конфліктно чутливих категорій населення (не більше 5% від загальної кількості матеріалів). В інтернет-ЗМІ основну масу, а саме – 74% від кількості матеріалів, що стосувалася конфліктно чутливих категорій населення, становили повідомлення про бійців АТО, причому в переважній більшості це були повідомлення штабу АТО про кількість убитих та поранених у ході протистояння [3]. У межах цієї групи досить багато уваги було приділено суду над українською льотчицею, що перебувала у російському полоні, Надією Савченко.

Вочевидь, що джерелом інформації у більшості випадках були акаунти у соціальних мережах, переважно у ФБ. Відповідно, до 30% випадків на сайті порушувався стандарт точності [4]. Безумовно, від достовірності джерела залежить точність інформації, саме тому експерти відносять достовірність і точність до фундаментальних засад журналістики. Частина експертів наголошує на небезпеці використання соціальних мереж як джерела інформації, оскільки саме так звані нові медіа є одним із найпоширеніших способів поширення неправдивої інформації, фейків та «мови ворожнечі».

За результатами дослідження, найгірше із сайтів, які підлягали оцінці, дотримується професійних стандартів сайт «Обозреватель» (лише 69%), та сайти «Кореспондент» і «Сьогодні» (75%). Зокрема, «Обозреватель»: найбільше порушувався стандарт балансу, де третині новин бракувало балансу; величезна кількість недостовірної інформації або ж інформації зі сумнівними, анонімними джерелами, без посилань; досить погано відокремлювали факти від коментарів (25%). «Українська правда»: найвищі результати з дотримання стандарту відокремлення фактів від коментарів [5].

У середньому, як показало дослідження, найгірше українські видання дотримуються балансу (29% новин у популярних всеукраїнських інтернет-виданнях є незбалансованими), є питання до достовірності джерел (16% новин, що підлягали моніторингу, були

недостовірними, на думку експертів ІМІ). Приблизно 10% на загальноукраїнських новинних веб-сайтах містили оціночні судження, тобто в них було недотримано стандарту відокремлення фактів від коментарів [6].

Новини аналізувалися на предмет дотримання: балансу думок і точок зору; достовірності джерел інформації; відокремлення фактів від коментарів.

Серед загальноукраїнських інформаційних веб-сайтів (станом на жовтень 2016 р.) найбільш якісні новини пропонує сайт «Укрінформу» (97% якісних новин із тих, що підлягали моніторингу), друге місце розділили між собою Liga.net та «Українська правда» (по 93% якісних новин). Третю сходинку за рівнем якості зайняв УНІАН (89% якісних новин) [7].

Суспільно-політичне інтернет-видання «Українська правда» за результатами моніторингів ІМІ є одним із лідерів з дотримання журналістських стандартів у матеріалах [8].

Газета «Українська правда» вдається до вживання «мови ворожнечі», хоча відсоток статей, в яких вона присутня, доволі незначний (7%). Так, у цій газеті протягом першого півріччя 2016 р. публікувалися матеріали з використанням «мови ворожнечі». Зокрема, слово «хунта» було використано у публікаціях п'ять разів: «Безкарні: хто покриває мерів-сепаратистів» (04.10.2016); «Тандіт анонсував «сюрприз» у процесі звільнення заручників» (03.08.2016); «Безкомпромісне минуле» (11.07.2016); «Арсен Аваков: Я вибачаю Кернеса. Але я нічого не забув» (06.07.2016); «Нацтелерадіо перевірить канал Ахметова за серіал про «Д/ЛНР»» (17.04.2016). Слово «правосек» згадується у виданні лише один раз: «Юрист з Санкт-Петербурга просить порушити справу проти Стрелкова» (11.03.2016). Слово «мордор» згадується у публікаціях чотири рази: «Нормандська четвірка» має дотиснути бойовиків, щоб вони звільнили заручників» (13.07.2016); «Втриматись на коні: як Рада дозволила арештувати Онищенко» (05.07.2016); «Незамилений погляд. Фотоекспедиція на загублений півострів» (24.03.2016); «Google пояснив, чому перекладач назвав РФ «Мордором», а Лаврова – конем» (05.01.2016). Слово «хохол» використано у публікаціях три рази: ««Втеча з Криму». Неймовірна розповідь колишнього кримського

політв'язня» (17.08.2016); «Суд арештував фігуранта справи «2 травня» Мефьодова на 50 днів» (09.06.2016); 3. «Суд взяв під варту росіянина – головного фігуранта справи «2 травня» в Одесі» (29.05.2016). Слово «московіт» згадується у публікаціях аж вісім разів: «Порошенко: У мене алергія на пропаганду, наша стратегія – правда» (06.10.2016); ««Азовець» Краснов вийшов із СІЗО» (23.09.2016); «Децентралізація чи технологія Москви?» (02.06.2016); «Єврокомісар погрожує санкціями Панамі й іншим після офшорного скандалу» (08.04.2016); «Олланд обіцяє розслідування за документами «панамських архівів»» (04.04.2016); «Як розірвати хижі обійми московських попів...» (20.02.2016); «Аксьонов заявив, що хоче перейменувати Україну і визнати Меджліс екстремістами» (20.02.2016); «Нормандський формат «зливає» Україну: історія повторюється» (18.01.2016).

Інтернет-ЗМІ «Обозреватель» позиціонує себе як суспільно-політичне інтернет-видання, але має велику частку розважального контенту. За результатами моніторингу ЗМІ є лідером з розміщення матеріалів з ознаками замовлення (джинси) [9].

Наведемо декілька прикладів аналізу інтернет-видання «Обозреватель» за окремими періодами висвітлення. Зокрема, простежимо, як змінилася динаміка висвітлення за перше півріччя 2016 р. На початку 2016 р. було зафіксовано близько 20 публікацій журналістських матеріалів з ознаками замовлення на сайті «Обозреватель». Так, «Обозревателе» розміщували замовні матеріали такі політики як О.Ляшко. Зокрема, були розміщені матеріали, які сприяли PR політика: «Я вас научу»: Ляшко показав коммунальщикам, как надо убирать снег; «Раскол Украины: нардеп предупредил евродипломатов об угрозе умиротворения Путина»; Також містилися матеріали на підтримку Г.Корбана: «Корбан поздравил украинцев с Днем соборности: нас объединяет одна национальная идея» та «Дело Корбана: в зал суда пришли западные дипломаты и нардепы». Були матеріали про М.Томенка: «Томенко считает «ментальной бедой» украинцев незнание собственной истории», «Томенко призвал вернуть заповедники на места президентских резиденций» тощо.

Поступово, зокрема у лютому 2016 р., рівень матеріалів з ознаками замовлення на «Обозревателе» різко скоротився і налічував до кількох матеріалів за тиждень. Було зафіксовано дванадцять замовних

матеріалів (зокрема, від таких політиків, як: О. Ляшко, М. Томенко). Передусім знизився рівень матеріалів політичного характеру, співвідношення політичної та комерційної джинси за цей місяць становило 67 до 32, відповідно. Зазвичай рівень політичної джинси залежить від наближення чергових виборів або ж принаймні розмов про позачергові.

За рядом новин на цьому інтернет-порталі простежувалося загострення ситуації навколо посади Прем'єр-міністра – багато інформації подавалося з боку Прем'єра А. Яценюка, проте й мала місце інша думка та експертна оцінка, що є позитивним фактором.

Найчастіше в загальнонаціональному інтернет-виданні «Обозреватель» порушувався стандарт повноти представлених фактів, 50% матеріалів про конфліктно вразливі групи та іншу сторону конфлікту є неповними. За період квітня по червень місяць 2016 р. більше піддалися аналізу дві ключові теми: формування та діяльність нового уряду та висвітлення конфліктно вразливих груп населення (мобілізовані, демобілізовані, бійці АТО, переселенці, волонтери, полонені, жителі окупованих територій). Також важливим фактом є чимала кількість статей в рубриці блога на сайті «Обозреватель» від різних авторів – від журналістів і до музикантів чи пересічних громадян. Проте портал на сторінках блога зазначає, що жодної відповідальності не несе за слова авторів. Варто зазначити, що особливо інтернет-портал «Обозреватель» зловживає контентом з соціальних мереж, який, хоч і цікавий – коментарі політиків чи відомих журналістів, – не дає повного уявлення про проблему, не оброблений чітко до вимог побудови новини. У таких новинах нерідко порушений стандарт достовірності, оскільки у багатьох українських відомих людей акаунти у соціальних мережах є неверифікованими.

Червень 2016 р. характеризувався високим рівнем стандартів, що зумовлено відмовою ЗМІ від малодостовірних джерел, чітким означенням джерел інформації, фактажністю подачі інформації. З негативів варто відзначити недостатній аналітичний потенціал та низький рівень експертної оцінки в онлайн-ЗМІ. Експертна оцінка переважно залучається з коментарів на телебаченні та соціальних мереж, натомість інтернет-ЗМІ самі мало звертаються за експертизою. У новинах важче передати редакційну політику видання щодо тієї чи іншої події, це радше проявляється в аналітиці та репортажах.

Отже, можна сказати, що одна із головних подій – проведення «Маршу ривності 2016» – висвітлювалася точково: де, коли, як, скільки учасників, скільки поліції, хто підтримав, хто нападав [10].

У виданні «Дзеркало тижня» [11] серед термінів, що належать до «мови ворожнечі», за 2016 р. були виокремлені такі: слово «*мордор*» не згадується у публікаціях у 2016 р., на відміну від 2015 р. Це є позитивною тенденцією. Також відсутні публікації, в яких би згадувались вирази «*московіт*» та «*правосек*». Слово «*рашизм*» використано у публікаціях лише один раз: «Антизросійщення, або Ще раз про мову» (02.07.2016). Слово «*хохол*» використано у публікаціях також один раз: «Суд взяв під варту головного фігуранта справи про масові заворушення в Одесі» (29.05.2016). Слово «*хунта*» використано у публікаціях чотири рази: «Щастя – у стосунках» (12.08.2016); «На кордонах України запахло війною після вигадок Росії про «диверсантів» у Криму» (12.08.2016); «Під час бійки після «Антикризового форуму» в Харкові автомобіль Добкіна наїхав на активіста» (18.04.2016); «Посольство України в Москві закидали яйцями» (07.03.2016).

Проаналізувавши видання «Дзеркало тижня», ми виявили «мову ворожнечі», хоч за 2016 р. вона використовувалася набагато рідше, порівняно з 2015 роком. Це є позитивною тенденцією.

Отже, можна дійти висновку, що висвітлення зазначених груп загальнонаціональними онлайн-ЗМІ є ситуативним і залежить від гарячих тем. За результатами контент-аналізу, наданого Національною спілкою журналістів України та Незалежним медіа профсоюзом України, встановлено, що рівень використання «мови ворожнечі» в українських ЗМІ не є високим – 1,7% від кількості повідомлень на тему Донбасу, Криму та Росії [12].

Обговорення методів протидії «мові ворожнечі» засвідчило, що у експертів немає єдиних підходів щодо цього питання. Заборонити певний контент може лише сама країна, зокрема, Росія. Інші країни можуть діяти лише в рамках власного законодавства – тобто забороняти ретрансляцію цих повідомлень на своїй території. Щодо «мови ворожнечі» та українських практик необхідно удосконалити статтю 161 Кримінального кодексу шляхом розширення ознак соціальних груп, розпалювання ворожнечі проти яких є кримінально караним [13].

У цілому ж аналіз статей про Україну дозволить відтворити повну картину того, як наша країна сприймається ЗМІ і, відповідно, який імідж щодо неї формується. І це не тільки питання престижу і конкуренції за інвесторів, для України позитивний імідж – важливий елемент інформаційної війни, яку веде Росія.

Інформаційно-пропагандистський вплив має бути спрямований на «укріплення конкурентоспроможності самоусвідомлення на міжнародній арені – Україна як держава і українці як політична нація мають, нарешті, постати у світовому культурно-інформаційному просторі як гідна, потужна, лідерська ідеологія» [14, с.49].

1. Серед росіян інтерес до українського конфлікту впав удвічі // Новое время. – 2016. – 27 октября [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://search.ukr.net/?go=http%3A%2F%2Fv.ua%2Fukr%2Fworld%2Fcountries%2Fbilshe-tretini-rosijan-vislovlisja-za-vizovij-rezhim-z-ukrajinoju-opituvannya-254231.html>

2. Про «наклепницькі висловлювання»: Рада Європи, Комітет Міністрів Ради Європи; Рекомендації, Міжнародний документ від 30.10.1997 № R(97) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/994_093.

3. Документ «Hate Speech infographic_ukrainian-1» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ethicaljournalismnetwork.org/wp-content/uploads/2016/09/Hate-Speech-infographic_ukrainian-1.pdf

4. Вежа чорного дерева: як українські друковані та інтернет-ЗМІ висвітлюють чутливі теми 2016. – 12 лютого [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://imi.org.ua/analytics/52197-veja-chornogo-dereva-yak-ukrajinski-drukovanita-internet-zmi-visvitlyuyut-chutlivi-temi.html>.

5. Спеціальний звіт «Долаючи бар'єри: Роль ЗМІ у висвітленні конфліктно-чутливих тем» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : 2016. – 4 серпня. http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/research/spetsialniy_zvit_dolayuchi_bareri_rol_zmi_u_visvitlenni_konfliktnochutlivikh_tem/]

6. Офіційний сайт «Тексти.org.ua». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://texty.org.ua/>.

7. Рейтинг українських новинних сайтів за рівнем професійних стандартів очолив Укрінформ – ІМІ [Електронний ресурс]. – 2016. – 20 жовтня. Режим доступу : <http://imi.org.ua/news/55166-reyting-ukrajinskih-novinnih-saytiv-za-rivnem-profesiynih-standartiv-ocholiv-ukrinform-imi.html>.

8. Офіційний сайт «Українська правда». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.prawda.com.ua/>

9. Офіційний сайт «Обозреватель». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://obozrevatel.com>

10. Без «кровоавой кашы»: в «Правом секторе» обьяснили, почему не явились на Марш равенства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kiyany.obozrevatel.com/life/62519-bez-krovavoj-kashi-v-pravom-sektore-obyasnili-pochemu-ne-yavilis-na-marsh-ravenstva.htm>

11. Офіційний сайт «Дзеркало тижня» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://search.ukr.net/?go=http%3A%2F%2Fgazeta.dt.ua%2F>

12. Лихова С. Я. Мова ворожнечі як ознака порушення рівноправності громадян залежно від їх расової, національної належності або ставлення до релігії: збірник наук. статей. [Електронний ресурс] / С.Я.Лихова, Г.Г.Рибальченко. – Режим доступу: http://search.ukr.net/?go=http%3A%2F%2Ffirbis-nbuv.gov.ua%2Fcgi-bin%2Ffirbis_nbuv%2Fcgiiirbis_64.exe%3FC21COM%3D2%26I21DBN%3DUJRN%26P21DBN%3DUJRN%26IMAGE_FILE_DOWNLOAD%3D1%26Image_file_name%3DPDF%2Fapvchzu_2013_31_30.pdf

13. Дорош М. Мова ворожнечі – нові прояви та наслідки. [Електронний ресурс] / М. Дорош. – Режим доступу: http://search.ukr.net/?go=http%3A%2F%2Fosvita.mediasapiens.ua%2Fmedia_law%2Flaw%2Fmova_vorozhnechi_novi_proyavi_ta_naslidki%2F

14. Зеленін В.В. По той бік правди: НЛП як зброя інформаційно-пропагандистської війни / В. В. Зеленін. – К. : Вид-во «Люта справа», 2015. – Т.1. – 384 с.