

ПРОПАГАНДИСТСЬКО-МАНПУЛЯЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ РОСІЙСЬКОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ ЯК ЧИННИК РОЗПАЛЮВАННЯ МІЖДЕРЖАВНОЇ ВОРОЖНЕЧІ

Іван Крупський

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, м. Львів, Україна,
e-mail: ikrupskyy@ukr.net*

Розглянуто пропагандистську діяльність телебачення Росії, яке сприяло викривленому формуванню масової свідомості росіян і слугувало оправданням творенню міфічної Новоросії та вторгненню російських військ в Україну.

Ключові слова: російське телебачення, антиукраїнська пропаганда, формування громадської думки.

Газети, журнали, кіно, радіо та телебачення, популярна література й музика, а нині ще й Інтернет зорієнтовані на масові аудиторії. Звісно, при цьому вони не лише інформують, а й впливають на формування громадської думки, на свідомість. Тобто, як слушно зазначає В. Різун, комунікація є впливом комуніканта на комуніката, відповіддю на зовнішні дії, стани, ситуації або взаємовпливи [10, с. 23].

Еволюція розвитку кожного з видів ЗМІ та їх розгалуження становили щораз більший, масштабніший етап можливостей впливу на формування та моделювання поведінки мас. Тому не випадково успіхи держав Антанти в Першій світовій війні закордонні дослідники мас-медій насамперед пов'язували з пропагандистською діяльністю тогочасних ЗМІ. Отож мав рацію Гарольд Лассуел, який не лише одним з перших обґрунтував пропагандистський вплив ЗМІ як основну функцію масових комунікацій, а й довів, що пропаганда є “свідомо керованою комунікацією”, потужним знаряддям для реалізації політичних цілей, яка за своєю результативністю не менш ефективна, ніж військова сила [5, с. 4].

Так само вважали й соціологи Франкфуртської школи, які доводили, що саме медіа відіграли вирішальну роль у приході до влади Гітлера і, проводячи паралелі з Америкою 50-х років, висловлювали стурбованість діяльністю американських ЗМІ, що, впливаючи на масову свідомість, створювали передумови знищення демократії і насадження тоталітарної диктатури. Такими передумовами, на думку Т. Адорно, були, передовсім, придушення індивідуальності і розповсюдження масової культури як основи формування особливого, авторитарного, типу особистості [1, с. 48]. При цьому соціологи Франкфуртської школи, до якої входив й Т. Адорно, порівнювали ЗМІ із наркотиками, що “перетворюють рефлексивних відповідальних індивідів у конформістів, які своєю поведінкою нагадують табун” [1, с. 102].

Здебільшого використання пропагандивних засобів асоціюється нині з негативним аспектом, нав'язування масам відповідних норм поведінки, здебільшого таких, що є надуманими, відірваними від життєвих реалій і спрямованих на формування стереотипів. Між тим сам термін пропаганда походить з латинської *propoganda*, основаного від дієслова *propogare*, що означає розповсюджувати, і має давню історію: ще 1663 р., наприклад, Папа Урбан VIII з метою розширення місіонерської діяльності для розповсюдження католицизму створив спеціальну конгрегацію пропаганди [6, с. 207–242].

Винайдення телебачення як засобу комунікації в сотні разів підвищило ефективність впливу на маси. Тому закономірно, що нині більшість дослідників, які вивчають ефекти впливу масової комунікації, найчастіше розглядають саме вплив телевізії. Це, наприклад, докладно простежується в працях В. Владимірова, В. Демченка, С. Демченка, В. Іванова, С. Квіта, В. Корнєєва, Г. Почепцова, В. Різуна та інших українських дослідників. Значний внесок у дослідженні пропагандистської та маніпулятивної технології впливу телебачення на маси присвятили свої праці й закордонні науковці – Теодор Адорно, Джеймс Галл, Деніс Мак-Квейл, Жан Бодріяр, Маршал Мак-Льюк та ін.

Така вже специфіка телебачення, що воно щодня, постійно доносить глядачам масу найрізноманітнішої інформації і, зрозуміло, не кожна людина може відділити правдиву інформацію від неправдивої. Так під впливом мас-медій в суспільстві створюється “колективна свідомість”, об'єднана атмосферичною оболонкою, коли певні якості індивідів взаємно впливають одне на одного, а їх дії спрямовуються якоюсь загальною, спільною ідеєю [9].

Звісно, ця спільна ідея, пропагована телебаченням, найчастіше відображає не реальну картину, а викривлену, спотворену. Таким чином новини не інформують, а залякують, тобто несуть відповідне пропагандистське навантаження. Тож, очевидно, що російські телевізійники дотримуються вказівок Геббельса, який ще у 1942 р. повчав, що “Новини – це зброя війни, вони використовуються, щоб вести війну, а не надавати інформацію” [9].

Особливо актиукраїнська риторика на російських телеканалах посилилася з початку 2014 р., з перемогою, хоча і трагічною, Революції Гідності. Про новий виток маніпуляції російських журналістів докладно розповіла А. Свентах у статті “Війна в... непрямому ефірі”, надрукованому на сторінках газети “День” [11].

Проаналізувавши сюжети телевізійних програм центрального російського телебачення, вона зробила висновок, що ці сюжети є “парадом дезінформації та відверто брехливих новин щодо ситуації в Україні”. Для прикладу вона називає Крим, який найчастіше потерпає від спотвореної російської пропаганди. Адже українські та міжнародні медійники, котрі перед закриттям кордонів не були на території півострова, й досі не можуть туди потрапити. Більше того, навіть місцевих журналістів обмежують. Зокрема, кореспондентів телеканалу АТР не пропускали ні до Верховної ради Криму, ні у будівлю Ради міністрів, куди мали доступ їхні російські “колеги”. Тож справжній розвиток подій доводиться скрупульозно перевіряти. А в цей час “сусідське” телебачення штампує нові фейки. Щоб не бути голослівним і не уподібнюватися російським колегам, А. Свентах розкриває “кухню”, на якій фабрикують російські новини про Україну:

Технологія створення “новинних” сюжетів стара і “перевірена часом” – нарізка коротких кадрів, із місць, які неможливо топографічно ідентифікувати, підкладається під закадровий голос журналіста або ведучого. Поспішаючи, медійники вже навіть не звертають увагу на деталі, що суперечать їхнім месиджам. Наприклад, 27 лютого російський “Перший канал” транслював сюжет про “українських біженців”. Під слова: “Тільки за останні два тижні кордон із Росією перейшли понад 140 тисяч чоловік. І серед них не тільки жителі південно-східних районів України, але також центральних і західних”, — підклали картинку українсько-польського кордону на пропускному пункті “Шегині”. Через деякий час саме це відео видалили, замінивши іншим відео-рядом із тим же текстовим оформленням. Такі сюжети транслював не тільки “Перший канал”, а й “Росія 24”.

Звісно, відповідні українські структури спростовують вигадки російських телевізійників. Наприклад, ще в лютому 2014 р. Міноборони України спростувало низку брехливих російських сюжетів щодо ситуації в Криму. Так, неправдивою виявилася інформація про те, що фрегат ВМС України “Гетьман Сагайдачний” нібито підняв російський триколон, а також те, що українські військові залишають свої частини та масово виходять із лав Збройних сил України. На жаль, такі новини розходяться і по більш-менш неупереджених російських ЗМІ. Зокрема, новину про звільнення кримських військовослужбовців із посиланням на РІА “Новости” розповсюдили “Дождь” і Lenta.ru. Спростування ж української сторони залишилось поза їх увагою.

Особливо традиційно спотворюють події, що відбуваються в Україні центральні російські телеканали “Россия 1”, “Россия 24”, “НТВ”.

З технічної точки зору робиться це дуже просто і вже за подібною схемою: знімається певна картинка (бої, бійки), а закадровий голос підкладає під неї потрібну інформацію. А оскільки середньостатистичний глядач звик, на жаль, довіряти, а не перевіряти інформацію, то помилкове пояснення подій формується дуже швидко і в будь-яких формах. Наприклад, канал “НТВ” заявив, що “екстремісти використовують форму міліції для провокацій”, при цьому показуючи, як “Беркут” розстрілює українців.

Прикро, але здебільшого про українські події російський глядач із програм свого телебачення не може скласти об’єктивної картини. Прикладом може бути сюжет від 20 лютого 2014 року про пікет під Академією внутрішніх військ у Харкові, що демонструвався на каналі “Россия 24. Вести”, що, як вважають журналісти “Дня”, побив рекорди брехні. Тітушок у масках, які спільно з “Беркутом” по-звірячому побили харківських активістів 19 лютого, в сюжеті Олександра Ревунова назвали “бойовиками” і “радикалами”, при цьому продемонстрували кадри, де бійці “Беркута” відтісняють від Академії справжній громадянський пікет з батьків курсантів та активістів.

“Наступ бойовиків у Харкові провалився, міліції вдалося відтіснити радикалів від Академії внутрішніх військ і зайняти позиції для відбиття нових атак”, – так починається сюжет, в якому організовані тітушки- “екстремісти” в зелених жилетах і балаклавах біжать до приміщення академії, після чого демонструється кадр, де “Беркут” атакує активістів із жінками, літніми людьми і студентами. На біду російських фальсифікаторів, це був час між сутінками і увімкненням вуличних ліхтарів, тому зелені загони

“фантомасів” з палицями з’явилися в темряві під ліхтарями, а “відтіснили їх” вже при денному світлі. Однак порушення законів природи не бентежило фальсифікаторів.

Сфабрикований сюжет викликав обурення харківських журналістів, багато з яких постраждали в зіткненні. Наприклад, оператор СТБ Олександр Бринза був по-звірячому побитий тими ж таки тітушками, переодягненими в “радикалів”, у лікарні йому наклали чотири шви. Камеру, яку намагалася вберегти журналіст Марія Малевська, відібрали й розбили вже “беркутівці”, побивши дівчину кийками. Журналісти та активісти потрапили у своєрідний “котел” між агресивними тітушками й “Беркутом”, який перекрив вулицю Кірова. У сюжеті ж брехливо розповідають, що вулицю перекрили “молодчики”, які стали будувати “барикаду”, нічим не підтверджуючи текст. Після чого йдеться, що у відповідь на цю акцію “Український фронт” оголосив мобілізацію і запис добровольців із георгіївськими стрічками для відправки на Київ. За смішним збігом цього ж дня Михайло Добкін повідомив на прес-конференції, що люди, яких звезли під Академію розганяти пікет, – це якраз і є бійці організованого ним “Українського фронту”, і назвав їх “ангелами” [12].

Нерідко російські журналісти у своїх сюжетах спеціально перекручують суть інформації. Наприклад, намагаючись показати підтримку народу вигаданих ДНР і ЛНР, по російському “НТВ” неодноразово озвучували інформацію про те, що ніби-то якийсь донецький авіаконструктор подарував ополченцям літак. При цьому демонструвався сюжет, де сам конструктор розповідав про це. Насправді ж інструктор лише відповідав на загальні питання журналістів про літаки, про стрибки з парашутом і нічого нікому не дарував.

Серед пропагандистсько-маніпуляційних прийомів російські тележурналісти для оптимального впливу на споживачів використовують, зокрема, такі прийоми, як замовчування, коли “невигідна” інформація приховується, упускається, а залишається лише “потрібна” для виконання певної пропагандистської функції. Нерідко необхідні інформаційному суб’єктові позиції виносяться на початок матеріалу, тоді як інші, справді значущі, пересуваються на задній план – метод перестановки. Поширеним є й використання емоцій, що нерідко підміняється конкретними фактами або спеціально змонтованими кадрами, які можуть нести протилежне навантаження, ніж це відбувалося насправді тощо.

Здебільшого такі прийоми навіть в одному сюжеті використовуються не окремо, а в комплексі.

Прикладом може бути сюжет, розрахований на емоційне сприйняття аудиторією, що побачив світ 2 листопада 2014 року на каналі “НТВ”. У ньому йшлося про 13-літнього Стаса з Червоного Лиману, якого нібито бійці Національної гвардії України накололи невідомими речовинами і зробили мішенню для ракет: “У Стаса залишилось як мінімум три проколи від шприца. Що саме йому кололи – невідомо. Чи це був наркотик, чи якась сильнодіюча психотропна речовина. Згадати хлопчик все не може: пам’ятає лише, що в двері постукали, відчинила мама. На порозі стояли солдати з українськими шевронами. Біду підліток відчув тоді, коли розмова батьків з військовими почала вестися на підвищених тонах, коли батько наказав йому вийти у віддалену кімнату і

закрити за собою двері, а мама почала кричати. Потім школяр через вікно побачив, як його рідних з мішками на голові нацвардійці виводять на вулицю і саджають в машину”, – розповідає автор сюжету.

“Від уколів, – говорить Стас, – помутніло в очах, закрутилася голова. Стас пригадує, що українські солдати пригрозили розстріляти батьків, якщо він не надіне бушлат, нашіпований радіопередавачиками, й не підійде до блокпосту захисників Донбасу. Задум простий: дитину ополченці не образять, а приймуть і нагодують. Так Стас повинен був стати електронною мішенню для українських ракет”, – фантазують пропагандисти Кремля.

Не змусило пропагандистів задуматися про ознаки явної брехні – мовляв, хлопчик на велосипеді за кілька днів подолав до ополченців майже 50 кілометрів. І це в напівпритомному стані, через чисельні блокпости і заміновані дороги, без сну і їжі... І дарма, що через день, коли інформація стала відомою, коли знайшлися батьки Стаса, які вже давно шукали хлопця, навіть міліція оголосила про його розшук, а батьки ствердили, що й до цього хлопець неодноразово тікав з дому, був розумово слабший від своїх ровесників, та й нікого з батьків з дому не виводили українські солдати, пропагандисти навіть не думали вибачатися. Зрозуміло, не для цього вони вигадали такий сюжет з хлопчиком.

Науковці розрізняють два основних види маніпуляції: оперативну маніпуляцію свідомістю й поведінкою людей та стратегічну маніпуляцію. Оперативна (або ситуаційна) маніпуляція полягає в тому, що, використовуючи вже наявні в свідомості людей цінності, потреби, стереотипи, звички, маніпулятор змушує їх сприймати ту або іншу соціальну інформацію так, як йому вигідно, й спрямовує їхні соціально значущі дії у потрібне для себе русло. Відтак маніпульовані діють так, як планував маніпулятор: голосують чи не голосують, мітингують, створюють хаос або, навпаки, дотримуються порядку й демонструють велику організованість.

Стратегічна маніпуляція полягає в тому, що протягом тривалого часу – як звичайно, протягом багатьох місяців чи років, у свідомості людей формуються ті цінності, потреби, ідеї, звички, які й самі по собі сприяють підтримці стабільності вигідних маніпуляторів стереотипів. При цьому елементи стратегічної маніпуляції можуть бути використані в оперативній маніпуляції, якщо виникне в цьому необхідність [4].

У цьому контексті вибудований російськими телевізійниками світ почав давати плоди: нещодавно кадри про те, з якою озлобленістю донецькі та луганські бойовики шматують українські прапори, катують своїх же російськомовних співвітчизників, захоплених у полон, палаючи глибокою ненавистю до “укрів”, потрясли весь цивілізований світ. Парадокс ще й у тому, що більш як 20 років вони спокійно жили в Україні, ходили в українські школи, співали Гімн, приймали присягу українській армії чи міліції, а в 2012 році весь Донбас був синьо-жовтий від державних прапорів під час футбольного свята. Тоді жителів Донбасу абсолютно не турбували “украї”, “фашистські прапори” чи “бандерівська мова”. Як трапилося так, що за півроку вони раптом стали “новоросами” і “руськими”? Адже для війни на Донбасі не було жодних об’єктивних причин – ні етнічних, ні релігійних, ні соціально-економічних.

Активний донбаський сепаратизм почався не одразу після Революції гідності, а через місяць після того, коли кримські сепаратисти і російські ФСБешники, виконавши завдання на півострові, приїхали продовжувати підривну діяльність на Сході. Причина цього, очевидно в тому, що РФ не мала такої кількості проплачених мітингарів і агентури, аби ефективно розвивати сепаратизм у кількох регіонах України водночас. Тому відривали по черзі Крим, а після нього Донбас, оскільки відсутність достатньої підтримки українців Південного Сходу, пасивність більшості місцевих росіян та розпорошеність сепаратистської команди ФСБ РФ призвели до поразки в Одесі, Миколаєві та Харкові. Бо ж, наприклад, ніколи проросійські мітинги в Донецьку до березня 2014 року не збирали більше півтори тисячі чоловік, та й на них лише дуже обережно говорили про створення окремої держави, наголошуючи на федералізації, референдумі і збереженні єдиної України. Ніхто серйозно не говорив про псевдодержавні утворення ДНР, ЛНР чи “Новоросію”.

Однак вже через кілька місяців значна частина жителів Донбасу почала підтримувати ДНР і проклінала українців, з якими все життя прожили в одній країні. Так завдяки ідеологічній війні та інформаційним терактам кремлівських пропагандистів у свідомості Донбасу за кілька місяців виникла штучно створена власна політична ідентичність, яка опирається на “символи” – уявну державність та “збройні сили” у вигляді ополчення [2].

Значна частина мешканців Донбасу підтримали ДНР та ЛНР виключно через вплив російського телебачення і преси, які, сформувавши викривлену картину дійсності, зуміли відколоти від української нації частину населення найбільш промислово розвинутого регіону. Кремлівські мас-медіа поширювали змонтовані сюжети, в яких Арсеній Яценюк закликав заборонити російську мову на Донбасі, а Юлія Тимошенко істеричним голосом обіцяла повністю викоринити російськомовне населення. Докази цього, донеччани бачили по російському ТБ, то ж переконувати їх у тому, що українські політики ніколи такого не могли говорити, – марна справа [2].

Українських націоналістів російські мас-медіа зображали справжніми звірами, а відеосюжети “терору і свавілля озброєних загонів Правого Сектора на Західній Україні” поряд зі змонтованими кадрами про “насильство українських патріотів над російськомовними та православними”, переконали донеччан, що з Україною не варто мати нічого спільного. І суть в цьому, що коли телебачення і газети тривалий час переконуватимуть громадян у тому, що жителі сусідньої області “фашисти” і “радикали” – з часом багато людей у це повірять. Інформаційна ж підготовка до створення окремої донецької ідентичності проводилася як мінімум останні десять років.

Таким чином на Донбасі застосовано безпрецедентну в світовій історії технологію, коли завдяки інформаційній зброї кремлівського агітпропу та маніпуляції свідомістю, була штучно створена окрема політична ідентичність серед населення двох українських областей.

Навіть після звільнення окупованих терористами міст Донбасу там продовжують працювати російські телеканали, чутками про “злочини українців”, “загрозу репресій” та систематичні нагадування про те як “мы против укров воевали”, і “украинцы наших убивали”.

У результаті такої діяльності кремлівських пропагандистів й витворився міф про якусь Новоросію. Як відомо, назву цю взято із царської історії, але тоді вона означала інший географічний простір. Зрештою, жодна людина, яка живе у тій частині України, ще кілька місяців тому не думала про те, що вона – житель Новоросії. І не відчувала ніякої відданості до цієї території.

Очевидно, мав рацію російський опозиціонер Борис Немцов [7], який на своїй сторінці у Facebook на конкретних прикладах довів, що російське телебачення використовує геббельські методи роботи і “є зброєю інформаційного терору, яка вбиває в громадян розум, здоровий розсудок та інстинкт самозбереження”. При цьому він порівнював методи роботи російських телевізійників із вказівками Геббельса щодо пропаганди: “Читаємо в Геббельса і порівнюємо з сучасним російським ТБ: “1. Пропаганда завжди звернена тільки до мас, а не до інтелігенції, тому її рівень повинен орієнтуватися на здатності сприйняття найобмеженіших серед тих, на кого вона повинна вплинути. 2. Пропаганда повинна впливати більше на почуття, ніж на розум. 3. Пропаганда повинна обмежитися мінімумом і повторяти це постійно. 4. Пропаганда не може бути об’єктивною, вона повинна бути принципово односторонньою”.

Підсумовуючи, Б. Немцов риторично запитував, “Що відрізняє Ернста, Кулістикова і Добродєєва від Геббельса? Ну хоча б один пункт назвіть, який би вони не реалізували”. Так він узагальнив: “Російське ТБ не є ЗМІ. Це зброя інформаційного терору проти народу. Керують цією зброєю цинічні і жорстокі злочинці, на совісті яких смерті росіян і українців, оскільки, натравлюючи народи один на іншого, вони розпалюють вогнище війни”.

Російські ЗМІ мають нині на меті всіляко підтримати версії Кремля з виправдання військового втручання військ Путіна в Криму та можливого розширення фронту російської інвазії на східні області України. Тому й чути щодня з телеканалів Москви й інших російських ЗМІ про ніби-то “напади на етнічних росіян в Україні”, “масовий наплив біженців з України до Росії”, “антисемітські напади”, “прихід до влади у Києві фашистів” тощо.

Високий рейтинг Путіна та російської агресії серед населення РФ проти України зумовлений дезінформацією, яка ллється з екранів російських телеканалів. За півроку досить легко сформувати громадську думку. Це тим паче не так вже складно, якщо 99 % телеканалів несуть дезінформацію у кожному випуску новин.

Підтримка населенням Путіна і кампанії проти України у 82–83 % пояснюється саме міццю розгорнутої пропаганди та ґрунтується суто на медіатиску. Інших причин так масово підтримувати Путіна і дії російської влади у громадян Росії та Донбасу просто немає. Якби телеканали в Росії та на Донбасі мали можливість показувати менше неправдивої інформації й відвертої дезінформації про Україну, підтримка дій російської влади скоротилася б у рази [8].

Не випадково ще в січні 1904 року міністр внутрішніх справ Російської імперії В’ячеслав Плеве заявляв, що для того, аби стримати революцію, потрібна маленька переможна війна. Так за місяць Росія отримала війну від Японії, яку ціною величезних людських втрат... програла. Проте мрія про “маленьку переможну” відтоді стала

ідеєю-фікс російського імперського духу. Фінська війна 1939 року, Угорщина 1956 та Чехословаччина 1968 року. Афганістан 1979–1989 років. Далі – “впокорення” Чечні, Грузія, і от маємо війну в Україні.

У російській історіографії існує давня традиція, яка не порушувалася навіть у радянські часи. Імперія, виявляється, ніколи не вела несправедливих воєн! Царі могли бути жорстокими тиранами, недолугими п’яницями тощо. Але всі війни, які б не вела ця “тюрма народів”, оцінюються великодержавницькими істориками як “справедливі”. Тобто спрямовані на оборону своїх кордонів від зовнішніх зазіхань. Якщо ж поза кордонами, то, неодмінно “на захист братів”. Воєнна політика імперії була предметом поклоніння та героїзації – незалежно від цілей та результатів воєн. А протилежна сторона завжди і безумовно сприймалася як ворог, що винний у тисячах смертей. Оскільки ж життя в “тюрмі народів” нічого не вартувало, то й берегти солдатів славетні полководці імперії не звикли. Тим паче, що чим більше люду загине, тим більша ненависть до ворогів! І це також стало непохитною традицією воєнної політики імперії.

Отже, війна в Російській імперії та СРСР традиційно була чинником, що зміцнював позиції влади і давав можливість для придушення інакodomства. Адже в атмосфері напруженого протистояння будь-яка критика влади, нехай і справедлива, завжди сприймається як зрада. Так шляхом підміни понять захист влади автоматично перетворюється на захист народу та батьківщини. Тому поняття патріотизму стає тотожним поняттю відданості владі. Так будь-яка війна стає вигідною з огляду на згуртування народу навколо влади.

Але за існуючою традицією, внутрішній ворог завжди має бути поплічником зовнішнього. Тож під вигадану “агресію українців” підведено “потужну теоретичну базу”. Виявляється, іде “цивілізаційна війна” однополярного світу – тобто, американської гегемонії, – проти багатополярного, єдиним гарантом якого є “руський світ”. Тож зрозуміло: всі, хто проти “руських”, – фашисти, зрадники, агресори. Всі, хто “проти фашистів”, мусять автоматично підтримувати Путіна та його політику. Хто не підтримує – зрадник [3].

Звісно, мине час і розсіється дурман російської пропаганди. Однак, аби пришвидшити цей час, необхідно українським медіям активізувати свою діяльність, не обмежуючись закриттям трансляції одіозних російських каналів, оперативно й аргументовано спростовувати вигадки кремлівських пропагандистів.

Список використаної літератури

1. Adorno T. The Culture Industry. Selected Essays on Mass Culture / Adorno T. – London, N. Y. : Routledge, 1991. – 432 с.
2. Гончар О. Як працює російська пропаганда – дослідження проекту “Антипропаганда” [Електронний ресурс] / О. Гончар. – Режим доступу: http://newsdaily.com.ua/post/141625_
3. Качкаева А. Фабрика образов: телевидение основной инструмент создания политических мифов [Електронний ресурс] / А. Качкаева. – Режим доступу: <http://censor.net.ua/t298956>
4. Кушніров О. Сучасні технології інформаційного впливу [Електронний ресурс] / О. Кушніров. – Режим доступу: http://revolution.allbest.ru/journalism/00027522_0.html

5. Lasswell H. Propaganda / Lasswell H. – New York, University Press, 1995. – 267 с.
6. Мак-Люен М. Галактика Гутенберга: становлення людини друкованої книги / Маршалл Мак-Люен / пер. з англ. – К. : Ніка-Центр, 2001. – 464 с.
7. Немцов Б. Про сучасні російські ЗМІ [Електронний ресурс] / Б. Немцов. – Режим доступу: <http://sensor.net.ua/n302576>.
8. Попова Т. Як діє російська пропаганда / Тетяна Попова // День. – 2014. – 21 черв.
9. Ральська В. Телебачення як засіб маніпуляції масовою свідомістю (на прикладі українських теленовин) [Електронний ресурс] / В. Ральська. – Режим доступу: http://naub.oa.edu.ua/2010/telebachennya-yak-zasib-manipulyatsiji-masovoyu-svidomistyu-na-prykladi-ukrajinskyh-telenovyn/#identifier_1_2998
10. Різун В. Теорія масової комунікації : підручник / В. В. Різун. – К. : Просвіта, 2008. – 394 с.
11. Свентах А. Війна в... непрямому ефірі / Анна Свентах // День. – 2014. – 4 берез.
12. Соколинська А. Російське телебачення: пропаганда в ефірі / Альона Соколинська, Анна Свентах // День. – 2014. – 21 лют.

Стаття надійшла до редколегії 17.10.14

Прийнята до друку 02.11.14

PROPAGANDA AND MANIPULATIVE ACTIVITIES OF RUSSIAN TELEVISION AS FACTORS OF KINDLING OF INTERSTATE HOSTILITY

Ivan Krupskyi

*Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chuprynky Str., 49, 79049, Lviv, Ukraine,
e-mail: ikrupskyy@ukr.net*

Propaganda is a powerful tool for realization of political purposes, so the productivity of its no less effective than military force. Although the term propaganda means to distribute, now mostly using propaganda tools associated with the negative aspect, imposing masses appropriate behavior, often those that are invented, detached from the realities of life. A special role in this belongs to television, which always brings wide range of information to audience, but not everyone can separate true from false information. An example is the modern Russian TV, as seen on the facts presented in the article, inflames anti-Ukrainian rhetoric in the false light coverage of events in Ukraine.

Key words: Russian television, anti-Ukrainian propaganda, formation of public opinion.