**РАЗВИТИЕ ИНОВЕЩАНИЯ В УКРАИНЕ: ПОТРЕБНОСТИ, ПРОБЛЕМЫ, ВЫЗОВЫ** (на примере функционирования информационного телеканала иновещания UA.TV)

Современные глобализационные и геополитические условия определяют необходимость в создании эффективного механизма информирования мирового сообщества об актуальных событиях в Украине.

Сейчас в мировом медиапространстве почти отсутствует национальный информационный продукт, который распространял бы объективную и актуальную информацию об Украине. В результате иностранцы, украинская диаспора и другие заинтересованные лица, получая информацию из иностранных источников, где нередко подают сведения о событиях в Украине в неполном объеме или с искривленным содержанием, почти не имеют объективного представления об Украине. Кроме того, события, происходящие на ее территории в результате внешней военной агрессии в течение 4 последних лет, вызывают резонанс в мире. Соответственно, формируются совершенно разные мнения и взгляды на ситуацию в нашей стране. В то же время активно применяется мощный медиаресурс, информационное воздействие которого направлено на искажение реального положения вещей. Следствием этого является создание негативного имиджа нашей страны, что сказывается на политической, экономической, туристической, инвестиционной и других сферах.

В нашем исследовании мы рассмотрели развитие иновещания в Украине и определили актуальные информационные вызовы, проблемы и потребности. С помощью метода анализа научной литературы мы изучили сущность понятия «иновещание», определив его как специфическую форму деятельности, которая направлена, прежде всего, на граждан других стран с целью осуществления на них определенного информационно-психологического воздействия, заключающегося в подготовке и трансляции информационных сообщений, новостей, различных передач.

Использовав метод ретроспективного анализа, мы изучили историю развития международного телерадиовещания в контексте эволюции иновещания, установив, что первый этап иновещания, как отдельного феномена, берет своё начало с возникновением радио в 20-х гг. ХХ в. Именно тогда, руководство различных государств осознало возможности международного радиовещания, а именно влияние на общественное мнение населения других стран. В это же время возникли первые международные иноязычной службы: в СССР в 1923 г. − «Московское радио», в Германии в 1926 г. − (Nauen) и (Zeesen), в Италии в начале 1932 г. − «Vatican Radio», в Британии в 1932 г. − «BBC World Service». Во время Второй мировой войны вышеуказанные информационные службы доказали свою эффективность и были взяты на вооружение правительствами других государств, находящихся в соперничестве. В частности, в 1942 году США в противовес немецкой геббельсовской пропагандистской машине запустили свою первую иноязычной службу «Voice of America».

Второй этап развития иновещания связан с началом «холодной войны». Тогда изменился его характер: международное иновещание стало широко использоваться государствами для пропаганды и идеологического воздействия на население противника. Третий этап становления иновещания приходится на окончание «холодной войны» и падения тоталитарных режимов в странах бывшего социалистического лагеря. В это время происходит трансформация иновещания западных стран с «альтернативного» в «интегрированное» телерадиовещания молодых демократий в странах Центральной и Юго-Восточной Европы, а также легализация иновещания стран Запада (Россия, бывшие страны СССР). Четвёртый этап связан с разпадом СССР и формированием независимых государственных СМИ, определяющих политику и контент иновещания исходя из потребностей своих государств.

С помощью методов мониторинга СМИ, сравнительного, структурного и функционального мы определили, что среди главных задач иноязычных служб определяется информирования иностранных аудиторий о политической, культурной и экономической жизни своих стран, разъяснение позиций по важным внутренним и внешним вопросам, для чего значительное место отводится новостным, публицистическим программам и комментариям на актуальные темы, интервью, репортажам тому подобное. В то же время, их неотъемлемой обязанностью является защита национальных интересов и поддержка положительного имиджа собственного государства в мире. Исходя из вышесказанного мы видим как эволюционировали глобальные теле и радиоканалы в контексте расширения информационных задач в мировом сообществе. Иновещание приобрело политические, дипломатические черты подачи контента, лоббируя государственные интересы в разных сферах экономики своей старны. Рассмотрена деятельность телеканала UA.TV, который в Украине выполняет функцию иновещания в связи с принятым в 2015 г. Законом о системе иновещания Украины. Мы охарактеризовали деятельность информационного телеканала иновещания, описав проблемы, вызовы и потребности в условиях современного конфликта.

Вызов, перед которым оказалась работа этого телеканала – это прежде всего информационная война, проводимая страной-агрессором в течение последних 4 лет. Термин «информационные войны», который исспользуется в тексте, мы трактуем как коммуникационные технологии, целью которых является введения в заблуждение массовой аудитории. После российской агрессии в 2014 году и аннексии Крыма стало очевидно, отсутствие украинской контрпропаганды в глобальном информационном пространстве, где Россия полностью контролировала украинскую тему эскалации конфликта. Отвечая на поставленные вызовы перед украинским государством, с 1 октября 2015 года канал иновещания UATV начал свою контрпропагандийскую деятельность и стал первым украинским информационным продуктом работающим в условиях внутренней дестабилизации и впротивовес внешнему агрессору.

Основными методами воздействия информационной войны, с которыми столкнулась украинская контрпропаганда, можно считать следующие: 1) дезинформация и манипулирование; 2) пропаганда; 3) диверсификация общественного мнения; 4) психологическое давление; 5) распространение слухов. В свою очередь, благодаря методу анализа, мы выделили основные способы конртпропаганды используемые в работе с информацией на телеканале UA.TV:

− проведение четких границ между дезинформацией, пропагандой и общественной дипломатией;

− не демонизирование России, а сосредоточение внимания на борьбе с дезинформацией;

− повышение осведомленности аудитории о значимости проблемы, особенно касательно окупированных территорий (Крым, Донбас);

− подача объективной информации;

– использование образовательного подхода медиаграмотности в работе с аудиторией, (разоблачение российского контента, анализ российской пропаганды);

– соблюдение общепринятого кодекса о журналистской этике;

– адаптирование подачи информации к особенностям собственной аудитории;

− использование «информационно-развлекательного» стиля реагирования на дезинформацию, чтобы охватить аудиторию, способную потреблять только развлекательную информацию;

– демонстрация свидетельств изобличителей, покинувших систему пропаганды;

– использование новейших технологий для автоматизации проверки фактов и идентификации подстрекателей («троллей»), действующих в интернете;

– раскрытие использованных методов пропаганды, ознакомление пользователей с методами дезинформации, чтобы они могли самостоятельно распознавать их в других ситуациях;

− защита европейских ценностей и формирование положительного имиджа государства.

С помощью метода критического анализа мы определили, что существенным недостатком в развития иновещания в Украине является низкий уровень финансироования со стороны государства, что значительно замедляет достижение успеха. Изменение финансовых квот на законодательном уровне значительно повысит условия для развития конкурентоспособного иновещания, которое будет профессионально позиционировать Украину в международных информационных потоках , более продуктивно работать с пропагандистскими информационными агрессорами.

Перспективы развития иновещания в Украине:

− фокусирование внимание зрителя не на собственно Украине, а предложение широкого набора программ о мировых проблемах, где Украина была бы одной из тем, но не единственной;

− уделение значительного внимания бизнесу, демонстрируя перспективы Украины для инвестиций и области / сферы, которые могут быстро развиваться;

− поддержка мультимедийной платформы, с помощью которой различные типы контента будут усиливать друг друга и охватывать большую аудиторию;

− уход от контрпропаганды до систематического рационального информирования о состоянии дел в Украине;

− проведение программ обмена для иностранных журналистов, налаживание качественной связи с пресс-службами украинских посольств;

− достижение договоренностей с международными кабельными компаниями и увеличение количество тех, кто следит за «мультимедийной платформой иновещания»;

− создание интерактивной коммуникации с аудиторией телеканала иновещания.

Настоящее исследование не исчерпывает всех вопросов иновещания в Украине и может иметь существенное продолжение, в частности в определении эффективных моделей иновещания и дальнейших перспектив их развития.