



Вильнюсская встреча молодых лидеров (VYLM)

25-29 сентября 2017 г.

Краткое содержание и основные результаты

О встрече

25 – 29 сентября 26 молодых профессионалов из стран Балтии, Беларуси, Грузии, Молдовы, России и Украины собрались на I Вильнюсской встрече молодых лидеров (VYLM). Участники были внимательно отобраны по заявкам (получено более 300) в соответствии с интересами, опытом, идеями по решению проблем в области дезинформации и пропаганды в своих странах и регионе в целом.

VYLM предоставил участникам площадку для обмена идеями и дальнейшего развития навыков и знаний благодаря встречам и дискуссиям с ведущими медиа-практиками и аналитиками из стран Балтии, Беларуси, России, Швеции, Украины. В дискуссиях основное внимание уделялось подходам Европейского Союза, отдельных государств-членов ЕС и стран «Восточного партнерства» к сложностям, связанным с пропагандой, дезинформацией, фальшивыми новостями и мифами, искажающими реальность. Сопоставляя возникновение данных проблемных явлений и различные примеры успешной реакции на подобные вызовы, участники VYLM заложили основания для успешного сотрудничества в будущем и сформировали модель взаимодействия, которой можно пользоваться в предстоящие годы.

Среди участников было 10 журналистов и блоггеров расследовательской направленности, пишущих на темы социально-политических и экономических проблем, а также занимающихся прямым разоблачением дезинформации; 4 представителя гражданского общества, работающих в области построения зрелого общества и борьбы с коррупцией; 4 политических аналитика и 3 представителя академического сообщества, занимающихся анализом дезинформации и ее воздействия на различные группы населения; 3 госслужащих, выражающих точку зрения государственных органов на борьбу с обсуждаемыми угрозами. Несмотря на различия в профессиональном статусе, все участники являлись лицами с высоким уровнем личной мотивации в области укрепления демократии, обеспечения гражданских прав и свобод, развития прозрачности и подотчетности в своих странах. VYLM проводился Центром исследований Восточной Европы совместно с Международным центром исследования выборов и новостным онлайн-порталом DELFI; мероприятие поддержал Национальный фонд поддержки демократии США (National Endowment for Democracy), посольство Швеции в Вильнюсе и Институт Швеции.

Основные аналитические результаты

За четыре дня встреч и дискуссий приглашенными докладчиками и участниками высказано много интересных аналитических замечаний. Важнейшими из них представляются следующие:

- ✓ **На данный момент нашему информационному пространству не хватает вовлечения экспертов в области обороны и безопасности, которые могут поделиться экспертными знаниями и сформировать основу для более взвешенной и предметной дискуссии.** Немаловажно то, что этой ситуацией может пользоваться Россия, что является вероятной предпосылкой для поражения в информационной войне.
- ✓ **Дезинформация и пропаганда может привести к радикализации целевых аудиторий за счет эксплуатации существующих у них страхов и моральной неподготовленности.** Постоянное повторение лжи или полуправды сеет сомнения и усложняет возможность отличить правду от выдумки.
- ✓ **В то же время пропаганда стремится радикально изменить или усилить мировоззрение целевых аудиторий, при этом вводя их в вялое состояние.** Одним из вариантов противодействия остается запрет или приостановка вещания определенных программ, целых каналов или онлайн-/социальных сетей (как делалось, к примеру, в Латвии, Литве, Украине), но, по мнению участников VYLM, это только создает оторванные от реальности «пузыри». Невозможно бороться с пропагандой путем создания ложных сообщений и введения жесткой цензуры, так как другая сторона может воспользоваться этими же мерами для того, чтобы еще глубже вбить клин в общество.
- ✓ **Долгое время российские дезинформационно-пропагандистские кампании воспринимались недостаточно серьезно.** Лишь после войн в Грузии и Украине ЕС и его лидеры начали распознавать в действиях России идеологическую войну, в результате чего страны «Восточного партнерства», особенно Молдова, Грузия и Украина стали зоной идеологической, политической и экономической конкуренции между Западом и Россией.
- ✓ **Европа состоит из разных культурных, политических и экономических регионов, о чем знает Россия. Соответственно, к каждому обществу и даже более малым сообществам она подходит по-разному.** В разных регионах испробуются различные пропагандистские подходы; оправдавшие себя в одном месте приемы позже применяются шире. Россией в информационной войне используется два типа нарративов:

Нарративы региональные – общие сообщения, находящие отклик во всех странах бывшего СССР, такие как ностальгия по советским временам.

Нарративы специальные – целевые сообщения для каждой отдельной страны, такие как антицыганские настроения в Молдове или отношение к противоречивой фигуре Степана Бандеры в Украине.

- ✓ **Поскольку тематика дезинформации локализована, местный характер должны носить и решения.** Иногда удачнее всего на пропаганду реагируют местные журналисты, знающие проблемы общества и способные быстрее всех найти их решения. Этот подход может быть и самым дешевым, т.к. он не требует глубокого анализа региона или ситуации со стороны.

- ✓ **Информационная война – явление более широкое, чем манипулирование СМИ и новостными сообщениями.** Оно включает аспекты социально-культурные, социально-политические, экономические, безопасности, внешней политики. Для борьбы с данной проблемой требуется комплексный подход, совмещающий усилия правительства, гражданского общества, частного сектора и международных партнеров, работающих в области развития.

Обзор пропаганды и дезинформации в странах участников VYLM (и Швеции)

В данном разделе предоставляется информация о каждой стране (или группе стран, как в случае стран Балтии), основывающаяся на личных наблюдениях и опыте участников VYLM. На мероприятии в качестве тренеров также присутствовали шведские журналисты, поделившиеся ниже приведенными замечаниями.

Страны Балтии (Эстония, Латвия, Литва)

Россия часто пытается повлиять одновременно на весь балтийский регион, поэтому многие примеры, приводившиеся участниками из трех стран, совпадают. В этом году НАТО создал короткий фильм о «лесных братьях» - партизанском движении в странах Балтии, боровшемся против советской оккупации после Второй мировой войны. В ответ российским правительством и СМИ начата массивная дезинформационная кампания в отношении обществ трех стран с целью дискредитации и обвинения партизан в разных преступлениях. Во время предвыборных кампаний российской пропагандистской машиной также создаются временные источники информации в интернете для оказания поддержки пророссийским идеям и кандидатам. Часто на таких сайтах и источниках публикуются материалы без указания авторства, распространяется непроверенная информация.

Говоря про Литву, русско- и польскоязычные аудитории здесь очень отличаются от остального общества. Они полностью зависят от российского медиа-контента. Это касается даже польского меньшинства в Литве – медиа-каналы польского происхождения спросом у него практически не пользуются. Это поспособствовало сближению русской и польской общин и создало огромную информационную прореху в литовском обществе в целом. В ответ литовский парламент несколько лет назад внес поправки в закон о финансировании общественной телерадиовещательной компании страны – LRT. Законом гарантируется рост финансирования. Также дана гарантия, что независимо от экономической ситуации в стране и даже от рейтингов и популярности самого LRT общий объем госфинансирования не должен падать ниже уровня предыдущего года.

Беларусь

Пропаганда в Беларуси по-прежнему строится на старой советской идеологии, которая все еще популярна в стране, с акцентом на роли сильного лидера. Практически с его прихода к власти в 1994 году вокруг личности президента Александра Лукашенко формировался культ сильного руководителя, создавая впечатление его незаменимости. Из-за ностальгии по советским временам пропаганда в Беларуси часто стремится оправдать законные и даже незаконные действия России, а также продвигает возвращение к советскому образу жизни. Например, по словам одного из участников, белорусов часто привлекают в коллективные хозяйства нереальными рассказами о зарплатах в колхозах. В масс-медиа показывают, что обычный тракторист может заработать 1000 евро в месяц, тем самым людей обманывают – такие суммы для Беларуси нереальны.

К тому же, в стране очень активны пророссийские молодежные организации. Их поддерживает государство, у них есть доступ во все вузы страны, что позволяет им проводить лекции и политизированные мероприятия, тем самым оказывая немалое влияние.

Грузия

В Грузии пропаганда направлена на очернение ЕС и НАТО. Прозападные структуры обвиняются в разрушении грузинской идентичности и независимости путем продвижения «гнилых» ценностей. Один из примеров – попытка показать НАТО как единую армию, в которой якобы интенсивно поощряется гомосексуальность. Согласно пропаганде, в НАТО даже созданы спецподразделения для геев с особой формой и экипировкой. Имели место и попытки распространения страха перед техническими инновациями. Один из участников указал на пропагандистский материал, где утверждается, что новые биометрические паспорта с микрочипами созданы для отслеживания людей и передачи их личной информации западным странам.

Молдова

По сравнению с Украиной в Молдове информационная война находится в латентной фазе, попадают относительно немногочисленные целевые кампании дезинформации и материалы с фальшивыми новостями зарубежного происхождения. Но и они помогают в манипуляциях общественным мнением и разрушении общественного согласия, наносят вред политической и экономической инфраструктуре, подрывают доверие к демократическим институтам. Основные повторяющиеся темы пропаганды на территории Молдовы следующие: мнимые опасности западного влияния и «бряцание оружием», предполагаемые преимущества нейтралитета для обеспечения безопасности, страшилки о русофобии и румынском национализме. Цель пропаганды схожа с целями, преследуемыми в других странах – вбивать клин в правительственные структуры, политические круги и в население в целом. В результате в Молдове самый высокий уровень социально-политического раскола в регионе. Эту ситуацию прекрасно проиллюстрировала президентская кампания в 2016 году, когда население разделилось поровну на прозападный и пророссийский лагерь. В ходе предвыборной агитации дезинформационная кампания была направлена на демонизацию прозападных кандидатов, создание отрицательного образа Европейского Союза. Один из лучших примеров в этой связи – липовый материал о необходимости для Молдовы в случае победы проевропейского кандидата принять у себя 30.000 беженцев из Сирии, что у большинства молдован вызывает резкое отторжение. В ближайшем будущем Молдове предстоит следующее испытание – парламентские выборы 2018 года, которые станут определяющими для будущего страны или, по крайней мере, перспектив евроинтеграции.

Россия

Россия известна как источник пропаганды и дезинформации. В стране, как и в Беларуси, введена жесткая цензура. Правящая партия «Единая Россия» постоянно стремится к укреплению позиций в политической системе и предотвращению возникновения любой потенциально неблагоприятно настроенной оппозиционной силы. Во время выборов в парламент российское правительство приглашает так называемых независимых международных наблюдателей, обычно принимающих «профессиональные» заявления для внутрироссийской аудитории о полной прозрачности и безупречности выборов. Это создает иллюзию справедливых выборов и поддерживает легитимность правительства даже в отсутствие реальной демократии.

К тому же, Россия страдает от недостатка независимых медиа-источников. Малым независимым СМИ просто не дают существовать. Некоторым пришлось переехать за

границу. По некоторым подсчетам, 80% российского медиа-рынка контролируется либо напрямую государством, либо российскими бизнесменами, плотно связанными с Кремлем. Эта ситуация создает серьезные проблемы для независимых СМИ, в частности, дефицит компетентных и беспристрастных кадров, проблемы с получением финансирования, будь то частного или бюджетного, высокие политические и финансовые затраты на создание новой редакции с нуля и, конечно же, ранее упоминавшаяся вездесущая госцензура.

Швеция

Свидетельств о каких бы то ни было попытках создать кампанию дезинформационной направленности в Швеции в связи с приближающимися парламентскими выборами 2018 года пока не поступало. Но проблемы возникают в связи с политическими проблемами, привлекающими существенное внимание СМИ, в частности – проблемой беженцев. Оппозиция и некоторые медиа-источники часто обвиняют правительство в скрывании истинной природы кризиса с беженцами. Ситуация ослабляет легитимность правительства и доверие к нему со стороны населения. Создается более благоприятная среда для распространения неинформированными или неопределившимися группами населения информации, не соответствующей действительности. Особенно в шведском контексте актуальна ранее упоминавшаяся цель внесения раскола в общество. Пропаганда также была направлена на конкретную часть общества, не определившуюся по вопросу вступления в НАТО.

Украина

Пророссийская пропаганда направлена на формирование расколов в украинском обществе по всем возможным линиям раздела – социальным, экономическим, идеологическим и т.п. Россия преподносится как предпочтительная альтернатива Украине, якобы «несостоявшемуся государству». Вот типичный пример, как Украина изображается бессильной, а Россия – мощной державой: после оккупации крымского полуострова без газа перед приближающейся зимой остался близлежащий украинский город Генчешек, т.к. резервы газа для этого города находились на аннексированной территории, оттуда же приходит и единственная трубопроводная связь. Российская пропаганда сочинила и распространила историю, что мэр города решил лично позвонить Путину и попросить его о восстановлении поставок газа. Согласно материалу, Путин, как сильный и добрый президент, пришел-де на помощь и выручил городок на территории никудышного и беспомощного украинского государства. На деле, конечно, такого звонка никогда не было.

Решения

Участники VYLM выявили следующие возможные варианты решения проблем, связанных с пропагандой и дезинформацией:

- ✓ **Выявление отдельных случаев и попытки опровержения фальшивых историй по отдельности часто бывают очень трудоемкими и нерациональными с точки зрения временных затрат. Они отвлекают от поиска новых идей, как бороться с пропагандой и дезинформацией в целом.**
- ✓ **Юмор и малые независимые СМИ имеют потенциал противодействия российскому влиянию, оказываемому через привлекательные и очень политизированные развлекательные программы и тому подобные средства.**

- ✓ **Чтобы не дать пророссийской пропаганде преуспеть в разделении обществ и региона путем использования их уникальных слабых мест, страны ЕС и «Восточного партнерства» должны работать над формированием общей идентичности, общих ценностей и общих подходов к вопросам безопасности и политического взаимодействия.**
- ✓ **Недостаток единства и сотрудничества, особенно среди стран «Восточного партнерства», затрудняет процесс принятия решений и создает возможное пространство для внутренних противоречий.** Люди склонны не заботиться о нуждах общества и обычно на первое место ставят личный интерес, в результате чего в международное пространство идут очень разобщенные сигналы.
- ✓ **Пропаганде и дезинформации способствуют демократические свободы, принятые на Западе.** Различные методы распространения дезинформации, как правило, носят вполне легальный характер. Это требует от потребителей медиа-контента трезвого рассудка и проверки источников информации на достоверность, имея в виду, что у некоторых авторов могут быть определенные цели распространения той или иной информации.
- ✓ **Для стран, стремящихся сформировать у себя качественное информационное пространство и зрелое, устойчивое к внешним вбросам общество, минимальным требованием является независимое и стабильное положение национальных источников общественного вещания.** Одним из возможных примеров служит Литва, гарантировавшая стабильное и не зависящее от политического влияния финансирование национальному каналу.

Эффект VYLM

В оценочных опросниках участники о VYLM отзывались положительно, как о полезном мероприятии, особенно с учетом ценных примеров пропаганды, дезинформации и фальшивых новостей, приведенных в ходе многих дискуссий, что позволило участникам улучшить навыки формирования контрмесседжей. С учетом того, что многие участники являются перспективными и активными профессионалами, уже неплохо владевшими темой, было приятно узнать, что многие из них, по их же оценкам, в ходе мероприятия повысили собственный уровень подготовки и информированности. Вот основные аспекты, подчеркивавшиеся самими участниками VYLM, по которым полученные новые сведения могут пригодиться в их будущей профессиональной деятельности:

- ✓ **Мощным инструментом передачи достоверной, проверенной информации является юмор.** Он может помочь авторитетным источникам в конкуренции с пророссийскими медиа-каналами, которые обычно умеют донести мысль доступнее и привлекательнее.
- ✓ **Для донесения информации до изолированных меньшинств нужно шире использовать разные языковые версии, в частности, русскоязычную.** Следует активнее развивать новостные службы на русском языке в странах Европы, например, как это делается на сайтах Delfi в странах Балтии, у которых есть русскоязычные версии.
- ✓ **Такие примеры, как StopFake (Украина) или «Медуза» (русскоязычный независимый новостной сайт, располагающийся в Латвии), еще раз подтвердили важность интернета как дешевого и доступного канала передачи информации**

целевой аудитории, который, к тому же, свободен от контроля властей и относительно безопасен.

- ✓ **Также важно сотрудничество между независимыми структурами и государством, которое может дать существенные эффекты для общества.** В качестве одного из возможных примеров эффективного вовлечения частного сектора в работу по борьбе с дезинформацией участники обсудили возможность поощрения рекламодателей, отказывающихся от рекламы в изданиях пропагандистского толка.