

## МІФ ПРО УКРАЇНУ ТА УКРАЇНЦІВ НА СТОРІНКАХ ЖУРНАЛУ «ЄВРАЗИЯ»

Тема європейських перспектив України привертає увагу в контексті соціальних комунікацій у різних ракурсах, оскільки є досить актуальною та контраверсійною. Нас вона цікавить у плані суспільно-політичної міфотворчості.

Питання міфотворчості в сфері масових комунікацій розробляється в працях цілого кола науковців, – Р. Барт, С. Кара-Мурза, Д. Ольшанський, Г. Почепцов, В. Иванов, Є. Козіна, ін.

Міфи, як зазначає Є. Козіна, «неминуче присутні в житті *будь-якого* суспільства. Більш того, лише суспільство, що має конструктивну консолідуючу соціальну міфологію, є здатним до нормального функціонування та поступального розвитку» [1, 19]. Соціальні міфи здійснюють регулятивну функцію, структуруючи і упорядковуючи відносини між членами суспільства, будучи своєрідним мірилом і задаючи систему морально-етичних координат. Соціальний міф – це перелік того, що допустимо і ні, «прийнято» або «не прийнято», заохочується або засуджується в даному соціумі.

Так, європейські перспективи по-справжньому хвилюють Україну, бо є її стратегічним вибором. Однак, європейська інтеграція України як система уявлень – досі є розмитою, несформованою та неусвідомлюваною до кінця сферою настроїв, думок, фобій, бажань планів і т. д., тож існує, швидше, як соціальний міф, що викликає різні потрактування.

Починаючи з перших років незалежності Україна постійно заявляла про свій «європейський вибір». За п'ятнадцять років занадто частого вживання ці слова втратили будь-який конкретний зміст. Однак з 1992 року ми дещо просунулись у своїх європейських перспективах: Україна

стала співпрацювати з такими інституціями, як Рада Європи, міжнародні фінансові структури (Міжнародний валютний фонд, Світовий Банк), відносини з НАТО було оформлено у вигляді програми «Партнерство заради миру» та Хартії про особливе партнерство. Події останніх років привернули неабияку увагу Європи до України, а «помаранчеві» сили, які прийшли до влади, обіцяли лобювати європейські перспективи України, однак, лише обіцяли.

Не безпідставною виглядає думка про те, що ідея комунізму, який так довго будувала Україна в складі СРСР, певною мірою була заміщена в нових соціо-політичних умовах ідеєю інтеграції до Європи, після досягнення якої відразу всім і назавжди стане добре, оскільки вона є не так завданням практичної політики, як ідеологічного впливу з усіма наслідками, що з цього випливають.

Саме в контексті міфологізованого значення європейських перспектив України, стає зрозумілою фактична бездіяльність українського політикуму, що так багато говорить про інтеграцію, але нічого для досягнення цієї мети не робить. «Шлях до Європи» – не так мета влади, як одне з джерел її легітимності та позитивного іміджу у населення. Влада, даючи обіцянки привести нас до Європи, ще має ліміт довіри українців.

Слід сказати ще про один аспект цієї теми. Європейський вибір було проголошено тоді, коли Україна, розпочавши новий етап самоусвідомлення і самоідентифікації активно відмежовувалася від свого північного сусіда, – Росії як спадкоємиці СРСР. Тож до певної міри європейський напрямок устремління мав одночасно і антиросійський підтекст.

Одним із факторів міфологізації європейських перспектив українців є активна розробка цієї теми у сфері мас-медіа. Журналістика і репрезентує соціальні уявлення про настрої та усвідомлення щодо європейського шляху, і має за мету формування суспільної свідомості щодо зазначеного питання, не оминаючи при цьому його міфологізації. При чому, процес міфологізації реалізується і як зображення міфологізованого соціального світу, і як засіб, технологія впливу на масову свідомість з боку мас-медіа.

Ця проблематика – досить значна за обсягом і глибиною, аби сподіватися на її осмислення в межах однієї публікації. Тож ця стаття являє собою аналіз подачі інформації щодо європейських устремління і перспектив України та формування погляду на них у читачів одного видання, – російського журналу «Євразія», що спеціалізується на

висвітленні життя євразійського світу та всіх тих, хто має до нього причетність, та позиціонується як «журнал більшого континента». Вибір матеріалу зумовлено тим, що будь-які кроки і наміри України щодо Європи привертають неабияку увагу Росії, оскільки це змінює перспективи близьких стосунків двох держав, на які так розраховує країна, що ще добре пам'ятає часи володарювання у «сім'ї братніх народів Радянського Союзу», а також тим, що в українському середовищі оприлюдновані в російській пресі думки і обговорюються, і часто знаходять пряму підтримку і розуміння, тож можуть стати корисними для комплексного дослідження теми соціо-політичної міфотворчості, що має місце в українському інформаційному просторі.

Отож нас цікавить образ України і її європейських перспектив у журналістському потрактуванні сусідньої держави в контексті соціально-політичної міфотворчості.

Журналістика завжди була могутнім засобом впливу на читачів, формування суспільної свідомості, тобто могутньою суспільною силою. Сприймаючи щодня інформацію через різні канали, ми не завжди відчуваємо і усвідомлюємо історичний, політичний, культурний, духовний зміст подій, явищ, процесів, а журналістика здатна нам його показати і прокоментувати. «Соціальна місія журналістики полягає в формуванні суспільної думки та управлінні масовими емоціями» [3, 28].

Стосунки України й Росії мають давню і багату на події, емоції та втрати і здобутки історію. Однак бурхливі події в житті кожного з цих державних суб'єктів спричиняють нову хвилю перегляду ставлення один до одного. Росія з інтересом і зацікавленістю спостерігає за процесами, що мають місце і в Україні, і в її політиці стосовно найближчого сусіда. Висвітлення цих стосунків характеризується тенденційністю, упередженістю, особливо помітною на фоні подачі тих самих новин українськими медіа. Але саме вони формують образ України, адже те, ким ми, українці, є для росіян впливає і на особисті, і на державні стосунки з Росією. Образ України не останньою чергою вимальовується у свідомості і індивідуальній, і суспільній завдяки роботі медіа.

Журнал «Євразія» має наклад – 45 тисяч примірників. Виходить – з 2002 року. Основні рубрики: «Сюжеты месяца», «Большая игра», «Ракурс», «Сеть», «Москва и мир», «Содружество». Зробити якісь висновки про інформаційну політику журналу «Євразія», виходячи з назв його рубрик,

досить складно, адже вони характеризуються неконкретністю і виконують швидше функцію привернення уваги аудиторії, ніж розкриття змісту матеріалів випуску. Головний редактор – Катерина Тесемникова. Багато в чому видання наближається до типу так званої «глянсової преси». Матеріали не містять принципових аргументів, як це властиво ґрунтовній аналітиці та публіцистиці.

Даний щомісячник через невеликі за обсягом коментарі в основному політичної та економічної сфери життя євразійського світу подає факти як привід для політичних та економічних прогнозів, співставлень, міркувань щодо діяльності сталого кола вже добре знайомих суб'єктів – країн, політиків, підприємців, держслужбовців.

«Євразія» – повнокольорове журнальне інформаційно-аналітичне видання з елементами розважальності економічно-політичного спрямування, що звернене до представників крупного бізнесу та високої політики Росії. Україна – одна з провідних тем журналу «Євразія». Майже кожен випуск містить один або навіть декілька матеріалів про Україну.

Перспективи України в Європі подаються журналом з орієнтацією на образ нашої держави, що його має російське суспільство та бажає просувати російська влада. Він характеризується стійкою стереотипністю та неприхованими соціо-політичними намірами, – як варіант міфотворчості.

Політичні та економічні події останнього періоду української історії подаються через короткі, але дуже суб'єктивні і однозначні коментарі, які часто видаються за факти. Розрізнити ці різні елементи будь-якого журналістського твору можна хіба через різкість самих коментарів.

Видання дуже охоче публікує рейтинги політичної популярності в світі та євразійському регіоні, подаючи короткі статті про провідних політиків, державних службовців, бізнесменів, які увійшли до цього рейтингу. За характером подачі інформації – це типовий приклад творення міфологізованих героїв, що позиціонуються за принципом «наші» / «не наші», з дуже чіткими критеріями приналежності до відповідної групи. Слід зазначити, що конструкція світу, яка моделюється масовою свідомістю, як правило, є біполярною – «наш» – «не наш», оскільки твориться через бінарну опозиційність у трактуванні явищ і процесів дійсності, як це властиво міфу взагалі [див.: 2] і соціальному міфу зокрема.

«Наших», тобто близьких Росії, серед українських політиків нема. Є лише наближені – Наталя Вітренко та Віктор Янукович. Видання не

приховує свого до певної міри приязного ставлення до цих політиків саме через їх «правильні», близькі «нашим» погляди і симпатії до Росії: бажання увійти в союз із Росією та Білоруссю, не допустити втягування України в НАТО.

У рейтингу найвпливовіших українців домінують здебільшого «не наші» з позицій видання. Щодо леді Ющенко – згадується її американське походження та причетність до спецслужб США. Про найвідомішу українку Юлію Тимошенко «Євразія» пише також як про «не нашу» з огляду на її ворожість до Росії, авантюризм та владні амбіції.

Слід звернути увагу на таку деталь: у матеріалах про «не наших» часто герой подається у парі з іншим, який має також ознаки «не нашого», добре знайомий читачам, тим самим риси цієї категорії політичних гравців укріплюються і увиразнюються задля ефективного засвоєння аудиторією. Так, поряд з Катериною Ющенко згадується дружина грузинського президента Елізабет Рулофс, з якою пані Ющенко товаришує та яка також має іноземне походження (вона родом з Голландії). Тож до негативних штрихів пані Ющенко додається ще й тісна дружба з першою леді країни, що знаходиться в конфлікті з Росією. Юлія Тимошенко позиціонується як лідер опозиційного плану, а стаття про неї розміщується поряд зі статтею про Ірину Хакамаду – лідера російської опозиції.

Рейтинг, опублікований в 54 числі журналу, подає список осіб, що на думку редакції, «правлять» Україною: «Кто правит Украиной: Лига выдающихся панов». Цей матеріал складається з двох частин: вступу, в якому вміщено коментарі щодо української політики сьогодні, та «галереї» карикатурних портретів українських політиків, що розташовані за алфавітним принципом та супроводжуються малюнками портретами-шаржами. Серед 45 найвизначніших та найвпливовіших: Леонід Черновецький, Григорій Суркіс, Олександр Турчинов, Дмитро Табачник, Сергій Тарута, Петро Симоненко, Олександр Третяков, Юрій Луценко та ін. Статті складаються з декількох структурних розділів, хоч і невеликих за обсягом: «Как начинал», «Как добился» та «Status quo». Всі вони також з когорти «не наших», про що свідчить різка негативна тональність подачі інформації.

Щодо технологій соціальної міфотворчості, які застосовуються журналом «Євразія» для формування образу України, то тут слід звернути увагу на жорстку декларативність у репрезентації українських політиків,

характеристики яких укладаються в нішу «не наші» (тобто негативні і ворожі), та на протиставлення їх силам всередині Росії, які за таких обставин постають як «наші» (тобто позитивні і дружні). Розподіл героїв соціального міфу про україно-російські стосунки визначається також агресивністю як важливою ознакою інтерпретації дій всіх, причетних до «не наших». Подібна ситуація є також типовою для міфологічної свідомості, яка тяжіє не лише до розподілу всіх якостей між членами опозиційної пари, а й жорсткого неприйняття одного полюса бінарної опозиції і повного прийняття іншого: «Напруження між полюсами створює потужний потенціал агресивності, спрямованої проти всього, що «не наше» [1, 17].

Досить значна кількість впливових людей в Україні, на думку «Євразії», – з числа бізнесменів крупного калібру. Серед таких особливе місце відводиться Сергію Таруті, Ринату Ахметову, Віктору Пінчуку. Бізнесменів представлено як серйозних, впливових осіб. Авторитет складається з констатованої суми статків та переліку підприємств, що знаходяться в їх власності. Однак щодо зв'язку з політикою, бізнес виглядає, за уявленнями, які просуває аналізоване нами ЗМІ, як спонсор політичних рішень, на які має безпосередній і глибокий вплив. Такі коментарі не просто руйнують авторитет української влади, а заперечують наявність в Україні політичного поля як самостійного, що розвивається за власними законами.

В аспекті формування цілісного багатогранного образу країни в очах іншої країни має важливе значення трактування суспільних змін, що відбуваються в житті цієї країни сьогодні. Нова Україна, після виборів Президента 2004 року, не тільки цікавить Росію як факт, але й непокоїть як фактор можливих суспільних зрушень у самій Росії, що згортає демократичні тенденції розвитку. Журнал аналізує кроки української влади і дає їм оцінку саме в контексті стосунків з Росією. Провідна тема – внутрішня політична нестабільність України через непродуманість політичних кроків, інтриганство, непрофесіоналізм і ін.: «калейдоскоп подій скриває неспособність основних політичних ігрових договориться между собой», «ситуация в Верховной Раде полностью вышла за грань понимания», – у таких формулюваннях описує С. Жильцов у 51 числі журналу українську політику.

Ще одна топ-тема – конфлікт з Росією у газовій сфері, що також постає як соціальний міф у контексті боротьби хороших «наших» з поганими «не нашими».

Розлогий матеріал у лютневому числі 2007 року під назвою «Год прошел, как день пустой, отыгрались на другой» присвячено газовій темі в українській політиці та економіці, а також у сфері відносин із Росією. Стаття Ю. Крамара супроводжується цікавими ілюстраціями: текст перемежується зображенням газових труб та кранів, а також фотографіями українського політичного істеблїшменту, що був втягнутий у газове протистояння. Фото подані у вигляді колажів поряд із газовими трубами та текстовою частиною матеріалу. Він явно носить не так інформаційне чи аналітичне навантаження, як міфологізуюче та іронічно-розважальне, чим і пояснюється, на нашу думку, таке його оформлення. Серед героїв цієї історії: Янукович, Ющенко, Тимошенко, Путін, Кучма, Івченко.

Газову тему автор називає «топовою», тобто провідною в українській політиці. Для початку він звертається до фактів: скільки Україна споживає газу, скільки видобуває, скільки експортує, в яких обсягах здійснює транзит через свою територію. Далі констатується і некомпетентність провідних українських політиків у газовій сфері, і їх зацікавленість у викривленні інформації на користь різних фінансових сил, чим і пояснюються розбіжності в оцінках газової теми всередині України. Демонструє Росія і свою силу та зверхність по відношенню до України, яка хотіла вийти з-під залежності від російського газу. Сила Росії, як стає зрозуміло з погроз, саме у родовищах газу, якими вона й може творити свою зовнішню політику. Також у статті йдеться про твердість позицій російського «Газпрому» на захисті інтересів своєї країни та про слабкість українського президента, який побоювся приїхати до Росії на переговори.

Матеріал, на нашу думку, несе два важливих для російського читача повідомлення: нестабільність в українській політиці – неспростовний факт, але ніщо не може вплинути на непохитність російських позицій щодо захисту своїх інтересів як у сфері газових відносин, так і в інших питаннях, які виникають між Україною та Росією. «Не наші» знову суттєво поступаються за всіма показниками «нашим».

Приділяючи увагу Україні, журнал «Євразія», говорить лише про події та процеси, які мають глобальне значення та добре представлені на медіаринку Росії через інші канали інформації. Про них повідомляється заради коментарів, якими видання супроводжує подання фактів. Коментарі ці – упереджені, жорсткі та недружні по відношенню до України. Основними

героями публікацій, як ми переконалися, стають провідні українські політики та підприємці. Про культуру, мистецтво, науку в Україні і її героїв – мова взагалі не йде. Виданням репрезентуються стосунки двох держав як виключно опозиційні, ворожі і такі, що не мають тла і підстав для зближення.

Це надзвичайно чітко відповідає принципам формування і функціонування соціальної міфології, яка у практиці політичного маніпулювання розгортається як здатність того чи іншого поняття викликати у свідомості людини маси яскраві миттєві враження і в той же час є простими, чіткими, такими, що не потребують подальшого тлумачення, – однозначно оцінюються публікою: «Така безумовна, універсальна ... привабливість ідеї може бути досягнута... „опрощення“ політичного процесу через драматизацію, шляхом перекладу її положень зі сфери політичної в сферу етичну, моральну, буттєву» [1, 16]. За таких умов має місце примітивізація образу України, акцентуація тем, що посилюють агресивність у ставленні до нашої країни.

Взагалі абсолютизація декількох ключових тем, позицій основних гравців та їх основних характеристик – найбільш короткий шлях до міфологізації свідомості і маніпулювання. При цьому і на підсвідомому, і на свідомому рівні маса весь потенціал агресивності використовує проти тих, хто протистоїть «нашим», які в свою чергу автоматично бачаться як сторона добра і справедливості.

Що ж до європейського вибору України, то ця проблематика постає в контексті тих принципів міфологізації, про які йшлося вище. Крім того, будь-які устремління України вбік Європи позначаються на її образі як прояв недружніх кроків по відношенню до північного сусіда, – Росії.

Значний за обсягом матеріал Ю. Крамара «Європрагматизм VS Евроромантизм: желто-синя гамма», опублікований у 59 числі журналу у рубриці «Большая игра», присвячено, як того й треба було очікувати, європейським перспективам України. В ліді подається статистична інформація щодо думки європейців відносно вступу України до ЄС та самих українців. Констатується, що обидві сторони не проти цього (понад 60% – за).

Далі автор переходить до висвітлення позицій провідних українських політичних сил щодо європейської інтеграції та констатує, що і Партія регіонів Віктора Януковича, і Президент Ющенко, і БЮТ Юлії Тимошенко,



і інші сили виступають за такі перспективи. Далі ж йдеться про інтереси українських бізнесменів, що підтримують різні політичні сили, на європейських ринках продажу чорної металургії. Так, сказано про Р. Ахметова, який близький до регіоналів, С. Таруту, близького до «помаранчевого» табору, В. Бойчука, що підтримує Соцпартію. В результаті ж українська політика і її гравці виглядають недолуго й несерйозно, адже навіть маючи спільні інтереси, вони, на думку видання, не можуть побороти амбіції та домовитись. Про пересічних українців же сказано, що вони уявляють собі Європу за телепрограмами та кінофільмами, що також не надто приязно по відношенню до України, адже її громадянам відмовляють у осмисленому баченні своїх прагнень та відповідальності за свої вчинки.

У межах цієї ж рубрики, власне, прямо в наступному матеріалі йдеться про неможливість для України вступити до ЄС через невдалу і навіть жакливу політику В. Ющенка. В своїх коментарях автор посилається на доповідь комісії ПАРЕ, яка працювала в Україні та висловила свій погляд на українські реалії. «Розчарованість комісії ПАРЕ», «Україна як джерело конфліктів та плутанини» – такими виразами описується українська дійсність після виборів президента 2004 року. Видання упереджено підходить до висвітлення діяльності українських політиків та посадовців, а коментарі представників Європарламенту використовує так, як вважає за потрібне: де з ними погоджується, дає прямі цитати, а де не згодне – звинувачує самих європейців в упередженості.

В кінці матеріалу робиться чіткий і однозначний висновок: думати про вступ до ЄС – зарано. Такі висновки дуже імпонують російській стороні, яка не приховує свого небажання бачити Україну в Євросоюзі та заспокоюють аудиторію, запевняючи її в незграбності спроб України йти європейським шляхом.

У рубриці «Большая игра» читаємо ще один матеріал про позицію Європи щодо європейських перспектив України. Вона має назву «Идеология – хорошо, экономика – лучше». Фото демонструють білоголубий майдан, глобус з голубами, що встановлено на майдані Незалежності України, портрет Дж. Сороса, якого названо головним спонсором всіх кольорових революцій у Східній Європі та країнах колишнього СРСР. Цей матеріал – продовження стратегій формування чітких поглядів у читачів щодо стосунків України і Європи.

Європа насправді не чекає Україну в своєму союзі, хоч і не проти майбутньої її інтеграції. Нижче наводяться статистичні дані про те, що з європейців найбільш прихильно ставляться до українців представники Східної Європи, тобто жителі нерозвинених країн співдружності, які не думають, яких витрат для ЄС коштуватиме інтеграція України. Навпаки ж розвинені країни Європи, такі як Німеччина, Іспанія, Британія швидше проти такого вступу. Тобто українофобських настроїв в Європі немає, стверджує журнал, однак Україна у своїх європейських планах має спиратися на свої власні сили, а не чекати підтримки Європи, а оскільки влада в Україні слабка і непрофесійна, то чекати швидкого розвитку економіки не доводиться, як і швидкого вступу до ЄС.

До числа важливих для російського читача повідомлень, які транслюють своїй аудиторії журналісти «Євразії», віднесемо такі: нестабільність в українській політиці – неспростовний факт, але ніщо не може вплинути на непохитність російських позицій щодо захисту своїх інтересів як у сфері газових відносин, так і в інших питаннях, які є і виникають між Україною та Росією; Європа насправді не чекає Україну в своєму Союзі негайно, тож можливим шляхом побудови відносин з Європою для України є лише посередництво Росії. Ці думки, що для видання є принциповими, повторюються в різних матеріалах кожного випуску, аби бути поміченими аудиторією та стати органічною складовою суспільної свідомості як технологія міфотворчості.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. *Козина Е. С.* СМИ и выборы: ресурс и угроза политического мифотворчества. – М., 2005.
2. *Лосев А. Ф.* Философия. Мифология. Культура. – М., 1991.
3. *Михайлин И. Л.* Основы журналистики: Учебник. – Х., 2004.