

УДК 323.1(=161.2):070(410)

УКРАЇНЬСКА НАЦІЯ В ЖУРНАЛІСТСЬКОМУ ДИСКУРСІ «THE ECONOMIST» (1991–2014 рр.)

Зоряна Грень

*Львівська національна наукова бібліотека України імені В. Стефаника,
вул. Стефаника, 2, Львів, 79000, Україна,
e-mail: g_zirka@ukr.net*

За матеріалами британського тижневика «The Economist» проаналізовано один із визначальних компонентів медіаобразу України, а саме, сприйняття українців як політичної нації, окреслено засоби його ретрансляції та осмислення. Доведено, що впродовж останніх років відбулася суттєва трансформація у позитивному висвітленні української проблематики.

Ключові слова: «The Economist», британська преса, медіаобраз України, українська проблематика.

Незаперечним фактом сьогодення є потреба міжнародної підтримки українського суспільства у проведенні важливих суспільно-політичних змін, у російсько-українському протистоянні, докорінних внутрішніх реформ, подоланні корупції та економічної кризи. Своєрідним барометром цієї підтримки є, крім іншого, іноземні засоби масової інформації (газети, журнали, цифрові ЗМІ), які не лише формують громадську думку своїх країн щодо подій в Україні, а й дозволяють нам здійснювати постійний її моніторинг з метою вивчення тенденцій та перспектив для України. Численні публікації у польській, німецькій, британській, американській та ін. пресі з позитивними відгуками про Революцію гідності свого часу надихали українців на відстоювання активної громадянської позиції. Сьогодні ми розраховуємо на підтримку в протистоянні з країною-агресором Росією.

Все частіше в українській науковій та масовій періодиці з'являються публікації, в яких аналізується образ України в іноземних ЗМІ [1, 2, 3, 7]. Їх автори неодноразово відзначали вплив шаблонів і стереотипів та упередженості у висвітленні української тематики. Зокрема, журналістка газети «День» Н. Марченко у матеріалі «Український дискурс в ефірі французького ТБ» процитувала журналістку Аллу Лазареву, яка після ефіру на FRANCE 24 висловила так: «Складається враження, що про ситуацію в нашій країні європейські колеги знають дуже поверхово і часто спотворено» [5].

Як одне з об'єктивних видань, «The Economist» до української тематики звертається доволі часто, супроводжуючи свої рефлексії необхідним аргументаційним апаратом. Розуміння може ґрунтуватися на глибокій обізнаності з українським історичним, політичним, соціальним та культурним «бекграундом». Особливо це актуально, коли події подаються до розгляду європейським читачам, які мають дуже приблизні уявлення про Україну. Навіть, після 23 років незалежності Україна донедавна залишалася непримітною у світовому інформаційному просторі.

Обмаль публікацій про Україну до 1991 р. зумовлено багатьма чинниками. По-перше, колоніальна Україна як одна із республік СРСР, повністю залежна від метрополії, не була суб'єктом політики та економіки, який впливав на світові процеси. Звідси й відсутність інтересу до неї. По-друге, як вважає відомий історик-славист Марк фон Гаген у статті під назвою «Чи має Україна історію?», першою і головною причиною відсутності української історії як предмету в американському науковому світі є характерне для західної інтелектуальної традиції ототожнення «нації» і «держави». «Східноєвропейські нації, – як цитує американського дослідника українець М. Рябчук, – які здебільшого були бездержавними і які поставали головно завдяки націєтворчим зусиллям місцевої інтелігенції, традиційно сприймалися на Заході як «недонації», як щось не зовсім повноцінне, сумнівне і не варте уваги» [6; 13].

Події революції гідності вивели Україну із затінку європейської та загальносвітової свідомості і відтоді Україна стала не лише впізнаваною, а й розцінюваною як цілком реальна держава, що, до того ж, прагне вступити до Європейського Союзу і потребує захисту від держави-агресора.

Метою цієї статті є проаналізувати одну із головних складових образу України, а саме сприйняття українців як *політичної нації*, засоби його ретрансляції та осмислення.

Уявлення одного із найавторитетніших опінієтворчих світових періодичних видань розглядається за матеріалами журналістського дискурсу «The Economist», тобто всього масиву публікацій тижневика за період з 1991 до 2014 р., що зосереджені на українській або «навколо українській» тематиці.

В ході дослідження було сформовано комплекс характеристик, якими «The Economist» наділяє українців як націю, виявлено динаміку інтерпретаційних змін в текстах, накреслено діапазон найрадикальніших висловлювань.

Усі характеристики були структуровані за такими категоріями: географічні, демографічні, ментальні характеристики (особливості характеру), ставлення до незалежності, національна свідомість, історична ретроспектива як аргументаційна база для аналізу поточної проблематики, економічний та господарський потенціал, наявність/відсутність еліти, Україна як об'єкт інтересу інших країн, ідеологічна роз'єднаність в середовищі українців на усьому їх географічному просторі, мультикультурність та міжнаціональні відносини, національна ідея, духовне життя/цінності.

Теоретичну базу дослідження склали праці Георгія Касьянова «Теорії нації та націоналізму» (К.: Либідь, 1999), Ентоні Сміта «Національна ідентичність», Миколи Рябчука «Від Малоросії до України: парадокси запізненого націєтворення» (К.: Критика, 2000).

Сьогодні у текстах тижневика висловлюється впевненість у тому, що Україна як держава відбулася, у той час як матеріали двадцятирічної ретроспективи свідчать про непевність і сумніви. Численні заголовки 1993-1994 рр. демонструють песимізм: «Знову мертва?», «Україна на краю», «Народження і можлива смерть країни», «Міфічна держава». Атмосферу, в якій Україна здобула незалежність, тижневик називає «фарсом». «Вона все ще може закінчити трагічно», – відзначає тижневик у числі від 7 травня 1994 р. У 1996 р. чи не вперше у заголовку матеріалу про долю російського чорноморського флоту «The Economist» вживає у контексті України слово «нація» (nation) [9].

Події 2014 р. в Україні переконали видання у необхідності західним державам виступити єдиним фронтом на захист колишніх радянських республік як «суверенних націй» [12].

Щодо цивілізаційної належності позиція колективу тижневика однозначна: «за усіма історичними мірками, Україна є частиною Європи. Вона межує з чотирма націями ЄС. Її найбільші міста – Київ, Львів, Одеса доповнюють орнамент європейської цивілізації. Тож її проблеми є проблемами Європи» [10]. Крім цього, тижневик вбачає в українсько-російському протистоянні «зіткнення цивілізацій» [15].

Дослідники західних ЗМІ неодноразово акцентували негативну тенденцію у висвітленні української тематики винятково через призму українсько-російських відносин. Таким чином, мінімізувалася роль України як самодостатньої держави.

Визначальними чинниками, які змушували звертати увагу на українські проблеми, була велика територія та населення. Однак і про ці фактори тижневика регулярно доводилось нагадувати своїм читачам (як-от «вдвічі більша за Італію» [11]). В одному із своїх інтерв'ю газеті «День» редактор міжнародного відділу «The Economist» Едвард Лукас висловився щодо незначної географічної обізнаності британських читачів: Україна не частиною їхнього життя [4].

«The Economist» пояснював своїм читачам, що основне призначення України «бути буфером між Європою та Україною: «територія, яка нині є Україною, має довгу і болочу історію як кривавий кордон між Сходом і Заходом. Але як незалежна нація вона з'явилась у 1991 році, коли розпався Радянський Союз... Нова країна завжди мала тих, хто в ній сумнівався» [12]. Тижневик неодноразово писав про змарнований економічний потенціал країни, назвавши Україну однією із найпасивніших колишніх республік Радянського Союзу [12].

В десятках матеріалів, опублікованих упродовж двадцяти трьох років, однією з найбільших загроз суверенітету України, тижневик вважав ідеологічне напруження між заходом і сходом країни. Роздуми на цю тему здебільшого влітаються в контекст аналітичних матеріалів з економічної та політичної тематики, як елемент аргументаційного тла, не виокремлюючись у незалежний предмет. Незважаючи на загальну об'єктивність висвітлення, тижневик часто подає мовну ситуацію шаблонною дихотомічною формулою «російськомовний схід» – «україномовний захід» [15] (наприклад: «індустріалізований, більш русифікований Схід і націоналістичний, більш сільськогосподарський захід»; «промисловий російськомовний схід і більш войовничий націоналістичний захід» [14]. Центральна Україна, зазвичай, не виводиться до рангу учасника протистояння. При цьому, пишучи про Донбас та південно-східну Україну, тижневик щоразу додає означення «російськомовний», а при згадці про Західну Україну – «націоналістична».

Найбільшої ваги тема набула у 2014 р. в період Революції гідності, а згодом анексії Криму та війни на Донбасі. Однак, пише тижневик «справжній поділ між українцями не лежить між сходом і заходом, а між надією та цинізмом: між тими, хто вірить у можливість формування кращого уряду і тими, хто думають, що в їх пострадянській нації найкраще що вони можуть зробити це корумпований патерналізм. Створення чесного, компетентного уряду, який працює на благо свого народу, найкраще переконає всіх українців» [10].

Особливу увагу тижневик приділяє становищу національних меншин: німецької [8], єврейської, татарської та ін., а також етнічному складу населення України, зокрема неодноразово наголошується на значній частці російського мовного населення (з 52 млн населення України у 1992 р. 11 млн – етнічні росіяни) [11]. Тижневик однозначно визнав Крим частиною суверенної території

України [15]. Однак, дещо тенденційно тижневик пише про антисемітизм українців.

Уявлення про культуру, побут, географію та ментальні особливості українців, які озвучувались тижневиком, відобразились в одному з нечисленних англомовних путівників Україною, який створила кореспондент «The Economist» Анна Райд під назвою «Пограниччя: Подорож через історію України» [13].

Висновки. Узагальнивши вивчення масиву публікацій з української тематики, опублікованих у тижневику «The Economist» за 1991–2014 рр., маємо змогу стверджувати, що за цей період відбулася суттєва трансформація образу України: від «нещасної», «пасивної» пострадянської країни з «апатичним і цинічним населенням», відсутністю еліти, неефективною економічною системою, непрофесійністю урядів, корупційним імперативом, жорстким ідеологічним протистоянням між Сходом і Заходом країни до країни, яка заслуговує на повноцінне влиття до ЄС з огляду на виформовану в ній європейську націю.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бойко О. В. Зовнішньополітичний образ України та чинники його формування в друкованих англомовних ХМІ в умовах трансформації суспільства. Автореф. дис. на здобуття наукового ступеня канд. політ. наук / Бойко Оксана Владиславівна. – Київ, 2001. – 20 с.
2. Бутирський О. Посилення негативного іміджу України на Заході у зв'язку з політичною кризою / О. Бутирський // Актуальні питання масової комунікації. – 2002. [Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1852>];
3. Бутирський О. Україна у дзеркалі західних ЗМІ / О. Бутирський // Актуальні питання масової комунікації.— 2002. [Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=368>]
4. Едвард Лукас: Найбільша проблема України – корумпований політичний прошарок... // День. – 2011. – № 152.
5. Марченко Н. Український дискурс в ефірі французького ТБ / Наталія Марченко // День. – 2015. – № 19.
6. Рябчук М. Від Малоросії до України : парадокси запізненого націєтворення / Микола Рябчук. – Київ : Критика, 2000. – 304 с.
7. Яручик Ю. «Росія в стані війни»... Італійський геополітичний журнал уже вкотре досліджує українсько-російські відносини / Юлія Яручик // День. – 2015. – № 9.
8. Back to an unknown homeland // The Economist. – 1992. – Aug, 29th. – P.21.
9. Berth of a nation // The Economist. – 1996. – Dec, 14th. – P. 48-49.
10. How the West can help // The Economist. – 2014. – March 1st.
11. Message to Kiev // The Economist. – 1992. – Febr,8th. – P.15.
12. Putin's inferno // The Economist. – 2014. – Febr, 22nd.
13. Reid Anna. Borderland: A Journey through the History of Ukraine. – Westview Press, 2000. – 272 p.
14. The eastern threat // The Economist. – 1993. – June, 19th. – P. 8.
15. The end of beginning // The Economist. – 2014. – March 8th.

UKRAINIAN NATION IN JOURNALISTIC DISCOURSE OF «THE ECONOMIST», 1991–2014

Zoryana Hren

*Vasyl Stefanyk National Scientific Library of Ukraine in Lviv
2, Stefanyk Str., Lviv 79000, Ukraine,
e-mail: g_zirka@ukr.net*

One of the key components of Ukraine's media image, namely, the perception of a Ukrainian political nation on the pages of british weekly «The Economist», was analyzed. It is proved that in recent years there was a significant transformation in the positive coverage of Ukrainian issues.

Key words: «The Economist», the British press, media image of Ukraine, Ukrainian problems.

УКРАИНСКАЯ НАЦИЯ В ЖУРНАЛИСТСКОМ ДИСКУРСЕ «THE ECONOMIST» (1991–2014 гг.)

Зоряна Грень

*Львовская национальная научная библиотека Украины имени В. Стефаника,
ул. Стефаника, 2, Львов, 79000, Украина,
e-mail: g_zirka@ukr.net*

За матеріалами британського еженедельника «The Economist» проаналізовано один із визначальних компонентів медіаобразу України, а саме, сприйняття українців як політичної нації, позначено засоби його ретрансляції та осмислення. Доведено, що в останні роки відбулася суттєва трансформація в позитивному освітленні української проблематики.

Ключевые слова: «The Economist», британська преса, медіаобраз України, українська проблематика.