

УДК 007:304:659.3

ФОРМУВАННЯ ОБРАЗУ УКРАЇНЦЯ В ЕЛЕКТРОННИХ ЗМІ УКРАЇНИ, РОСІЇ, ПОЛЬЩІ, ЧЕХІЇ ТА ФРАНЦІЇ

Софія Ворончук

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, м. Львів, 79044, Україна,
e-mail: sofiaavorontchouk17@gmail.com*

У статті оглянуто літературу, яка розкриває ментальний образ українця, подано найновіші дослідження на цю тему й зазначено вплив позитивних і негативних рис характеру на його міжнародний імідж. Окреслено національний характер як своєрідну персоніфікацію культури кожної національної спільноти. Виокремлено історичні події, що вплинули на становлення образу українця та їхню роль для його стереотипізації в Україні та світі. Зазначено кілька чинників, які формують імідж українця, і потребують постійного інформаційного контролю: образ народу, історична пам'ять, образ новітнього героя, свобода слова, державний лад, стан суспільства, економіка, культура, релігія. Проаналізовано тематично-змістове наповнення теле- та радіопередач, визначено основні проблеми, які вирішить популяризація позитивного образу українця у власних та зарубіжних медіа.

Ключові слова: образ українця, міжнародний імідж, ЗМІ, стереотипізація.

Вступ. Позитивний образ громадянина та держави у масовій суспільній свідомості необхідний, передусім, для успішного просування та реалізації національних інтересів. Такі інтереси представляють собою мотивовані і конкретизовані цілі зовнішньої і внутрішньої політики, що впливають з національної державної ідеї. Національна ідея є системою державотворчих процесів і цивілізаційних орієнтирів суспільства, що відповідають менталітету народу. Українознавчі наукові інституції в роки незалежності теж почали продуктивно вивчати проблему національної психології. Адже, щоб будувати державу, яка б відповідала особливостям вдачі, треба знати можливості, іманентні якості – специфіку національної ментальності. Особливо важливим є вплив ЗМІ на формування національної свідомості, оскільки вони виступають вагомим засобом створення історико-культурного інформаційного простору держави, який, по суті, є тим духовно-ідеологічним цементом, що скріплює народ у політичну націю.

Постановка проблеми. Ця проблема є особливо актуальною сьогодні для України, перед якою стоїть завдання консолідації багатоетнічного українського суспільства в єдину політичну націю з високим рівнем національної свідомості. Сучасний український інформаційно-культурний простір за його нинішньої структури та наповненості не адаптований до вирішення такого суспільно значущого завдання, як формування історичної пам'яті, створення позитивного образу українця, підтримання іміджу України у світі, що є важливою складовою національної свідомості. Роль українських ЗМІ у цьому контексті досліджена недостатньо і побіжно. Українські та зарубіжні дослідники

акцентували увагу на виділенні ментальних рис нашого народу, а не на створенні саме органічного портрету. Тому наше завдання полягає у чіткому окресленні шляху до позитивного образу українця у свідомості власного народу та світу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Над дослідженням цієї теми працювали як українські (Б. Цимбалістий, О. Кульчицький, Н. Цьолик, І. Грабовська, Я. С. Калакура, О. О. Рафальський, М. Ф. Юрій), так і зарубжні (Філіпп де Лара, О. Ігнатова, А. Реан) вчені. Зокрема, ментальний вимір української цивілізації вивчали Я. С. Калакура, О. О. Рафальський, М. Ф. Юрій, помістивши своє дослідження в однойменну книгу [2]. Ментальність, як і цивілізація, невіддільна від взаємодії людей із соціокультурним середовищем та природним ландшафтом, у межах яких вона формувалася. Себто, ментальне обличчя української цивілізації і образ українця загалом, формувалися протягом історичних періодів. Особливу увагу позитивним і негативним рисам характеру українця приділили дослідники Б. Цимбалістий та О. Кульчицький, які у підсумку визнали, що визначальною рисою української вдачі є її емоційно-почуттєвий характер або кордоцентричність, що вплинуло на формування образу українця у світі [3]. Найновіші дослідження впливу ЗМІ на свідомість слухачів й глядачів у контексті інформаційної безпеки й незалежності держави зібрані й систематизовані у книзі професора В. Лизанчука «Інформаційна безпека України: теорія і практика». Проте тема висвітлення ролі формування образу українця у зарубіжних ЗМІ сьогодні досліджена недостатньо.

Мета статті – вивчити особливості формування образу українця засобами радіо та телебачення. Визначити інструменти впливу на становлення позитивного ментального образу українця в Україні та на міжнародній арені.

Виклад основного матеріалу. Ментальне обличчя української цивілізації формувалося історично – про це пишуть такі дослідники, як Я. С. Калакура, О. О. Рафальський та М. Ф. Юрій. Від Княжої доби, коли давньоукраїнська держава творила владно-політичний менталітет під впливом християнства й основ етнічної самосвідомості, до Галицько-Волинського князівства, де ці риси утверджувалися. Потім вже в козацько-гетьманські часи українці започаткували глибинні зв'язки й усвідомили себе правонаступниками Києворуської держави. Доба Австро-Угорської та Російської імперій сформували, з одного боку, синдром «мазепинства» й прагнення до автономії, а з іншого – «кочубеївщину», «москвофільство», «малоросійство». Тобто, ми рухалися від козацько-лицарських рис: хоробрості, героїзму, толерантності, і до негативних – інфантилізму, зверхності особистих інтересів над суспільними. Про ці історичні особливості ментальності треба знати, та їх не варто перебільшувати, як це чомусь роблять українські ЗМІ [2].

Тож, національну свідомість українця варто боронити на двох фронтах: від ворожого наступу зовні та від внутрішніх совкових, корумпованих сил. Агресивний культурний колоніалізм, зросійщення, глобалізація і хаотичний мультикультуралізм несуть з собою небезпеку нівелювання власної ідентичності, вважає автор підручника «Інформаційна безпека України: теорія і практика» В. Лизанчук [4]. Отож, ми виділяємо кілька чинників, які формують імідж українця, і які потребують постійного інформаційного контролю: образ народу, історична пам'ять, образ новітнього героя, свобода слова, держав-

ний лад, стан суспільства, економіка, культура, релігія. Саме ці чинники й впливають на формування сприятливого ґрунту для окупації інформаційного простору. Як-от, на жаль, гумористичні програми формують у глядача огиду до всього «українського». Наприклад, шоу «Віталька» на каналі «ТЕТ», що отримало високі рейтинги – показує українця не просто комічним, а жалюгідним. Чоловік, у якого нічого не виходить, йому не щастить із жінками, він жахливо виглядає і цього не помічає, здається, тільки він. Тобто, тут творці шоу беруть найгірші риси українця й гіперболізують його. Народна любов до трагедій, плюс залишки ще совкового образу меншовартісного молодшого брата, який розмовляє не мовою, а «діалектом»... Та, що найбільше демонструє цей образ, так це «україномовну» недолугість, адже усі інші персонажі, які насміхаються над чоловіком – розмовляють російською.

Окремим блоком впливу на формування образу українця є інформаційні та аналітичні програми. Якщо канал «Інтер» розважальними шоу не зловживає, бо частенько закуповує їх в Росії, то «Новини», «Подробиці» та «Подробиці тижня» – особлива добірка інформації. Тут вибірково подають події під звичним кутом для певних політичних сил без відповідних оцінок української влади [8].

Що ж до наповнення ефірів радіостанцій, то це, зазвичай, розважальні шоу та новинні блоки. Для «Русского радио» день розпочинається із ранкового шоу «Будильники на Русском». Троє ведучих розпочинають ефір музикою, трьома жартами, темою дня та розмовою з гостем. Та, щодо жартів, вони знову ж виховують українця із відчуттям власних недоліків.

Якщо ж аналізувати радіо «Ера» та «Вести», тут ми знайдемо інформаційно-аналітичний контент. Показовим був ефір 9 травня 2017 року. Усі новини того дня відрізнялися особливою «об'єктивністю», адже журналісти обох каналів вирішили в такий спосіб максимально дистанціюватися від натяку на власне ставлення до цих подій [9]. В. Лизанчук у статті «Боронімо, оберігаймо українську цивілізацію від зовнішніх і внутрішніх агресорів» зазначає, що у журналістському середовищі московські ідеологи та їхні прислужники в Україні нав'язують фальшиве гасло «Дві країни – одна професія», однобоко, викривлено трактують природу журналістських стандартів з метою позбавити українську журналістику національної сутності... [13].

Вважаємо, що проукраїнським медіа варто почати із відновлення історичної пам'яті. Адже Україна – сучасна держава, а старі проблеми їй перешкоджають. Політика відродження національної пам'яті сприятиме формуванню справжнього образу українця. Без впливів сусідів, без білих історичних плям та сформованих стереотипів. Розвіяти ці міфи здатні люди, які добре знають історію, літературу та українську мову. Робимо це вже вкотре, але цього разу у великій оновленій студії, розвінчуючи не лише «зовнішні», а й «внутрішні» міфи. Зокрема, із програми «Історична правда» Вахтанга Кіпіані про те, чому українська армія опинилася голою й босою перед агресією Росії, впливає той самий висновок: українцям легше скинути вину на вічного ворога, як зазначав Б. Цимбалістий [6], хоча важливим є факт, що Україна від самого початку відновлення Незалежності 1991 року не бачила в Росії можливого супротивника [10].

Суспільне мовлення, яке щойно зародилося в Україні, має ще багато проблем й недопрацьовань, та все ж захищає саме «українське» і робить це у сучасній цікавій манері. «UA: Перший» наприклад показує, що українці можуть бути смішними, дотепними, освіченими, саркастичними та до того ж толерантними. Гумористично-аналітичне шоу «#@)£?\$0» з Майклом Щуром» доводить, що іноді реальність неможливо пережартувати. Але невгамовний Майкл Щур робить неможливе і продовжує разом з командою аналітиків відшукувати непомічене у важливому і важливе у непоміченому. Окрім того, одну із рубрик присвятили інклюзії, навіть ведучий – хлопець із інвалідністю [13].

На міжнародній медіаарені на зміну тривалому ігноруванню українського фактора західними ЗМІ прийшло зосереджене спостереження за цим уламком пострадянського простору, де розгорталася політична криза, яка набрала форми силового зіткнення між альтернативними баченнями сьогодення та майбутнього [7]. Робота дипломатів над іміджем України залишатиметься безуспішною доти, доки позитивне сприйняття держави буде залишатися здобутком лише окремих верств політичної, бізнесової та журналістської еліти, яка співпрацює з владою, а не буде опиратися на консенсусне бачення, виражене в оцінках експертів і в настроях суспільної думки. Інакше кажучи, позитивний імідж держави не може стати фактом внутрішньої самооцінки суспільства. Утвердження негативного сприйняття держави в міжнародних інформаційних потоках варто вважати важливим фактором загрози національній безпеці та перспективам розвитку суспільства [7].

Образ України вивчала слухачка польського Університету ім. Марії Склодовської-Кюрі О. Ігнатова, яка у своїй статті «Образ України в польському тижневику «Політика» стверджує, що «сучасний образ України у Польщі формується відповідно до двох чинників — стереотипів про Україну та українців, які виникали впродовж минулих сторіч, та подій, що відбуваються в Україні на сучасному етапі» [1, с. 499]. Погоджується з цим і дослідник О. Бутирський. Він зазначає, що зображення України в західних ЗМІ зі здобуттям незалежності можна поділити на кілька періодів: політична криза, Україна як плацдарм боротьби за сфери впливу між двома гігантами – Росією та США, зближення України та Росії, зміна українського уряду, візит Папи Римського в Україну, Україна ювілейна: 10 років незалежності, Україна кримінальна: справа Солтиса [1].

Тобто, образ українця 10 років після здобуття офіційної самостійності був східно-центричний. Там нас сприймали, як уламок радянщини. І сприяло цьому телебачення й радіомовлення, до того ж – сусідське. Кореспондент журналу «Універсум», зазначав, що за сім років його перебування у країні над Віслою, він став свідком не лише розвитку позитивних подій довкола поняття про стратегічне партнерство між Польщею і Україною, але й розвитку такого явища у польських мас-медіа, як антиукраїнські хвилі, що здебільшого були розкручені колегами-журналістами.

Дослідниця Оксана Пеленська так розповідає про формування образу українця-заробітчанина: ще не так давно, лиш 25 років тому, тема українських заробітчан у Чеській Республіці заповнювала перші шпальти газет, не сходила з екранів телевізорів. Невпинно, не приховуючи обурення, а часом і гніву, чехи говорили і писали про «тих українців», які «наїхали», забирають у них роботу, займають їхні робочі місця – словом,

не дають жити... Та з часом інформація про освічених прибиральниць і дипломованих нянюк швидко поширилась серед чехів, а щоб привернути увагу до проблеми в чеській телемережі навіть показували таке відео: «Чи ви знаєте, хто прибирає у вас вдома?» [12].

Після Революції Гідності Україна перестала сприйматися як країна в затінку Росії. Вона нарешті почала по-справжньому «існувати» у головах європейців, а вони неочікувано для себе «відкрили» її. Філіпп де Лара – філософ, професор Університету Париж II (Університету Пантеон-Ассас), керівник програми «Сучасність і тоталітаризм». Співпрацює з виданням «Український тиждень» [14]. Він зазначає, що до 2014 року для французів України не існувало. Ставлення французів (і не лише французів) до України відповідає феномену «стрічки Мебіуса», коли можна спокійно переходити з одного боку на інший, від екзальтації до упередження, і навпаки. Крім того, є багато міфів, які підсилюються російською маніпулятивною пропагандою. З одного боку, для французів Україна – це європейська нація, і зміни, які відбуваються, відповідають духові Європи, але, з іншого боку, події в Україні відповідають найгіршим зразкам націоналістичних рухів.

Водночас варто пам'ятати, що інформація – носій демократичних, культурологічних засад, тому події життя українців мусять з'являтися частіше на екранах телевізорів, у радіоєфірі, показувати їх треба сміливо та цікаво, бо тільки так можна відшукати аналітично мислячих людей, спеціалістів у галузі стратегії бізнесу, економіки, політики, державності, а їх залучення може принести економічний успіх, і тоді не треба буде шукати трагічних оптимістів, жертвних патріотів і розв'яжеться проблема плінності кадрів. Україна має сьогодні великий економічний та інтелектуальний потенціал, який нині використовують недбало, а почасти й злочинно. І завдання засобів масової інформації полягає в тому, щоб задіяти цей потенціал, сформувати нормальні суспільні відносини, інтегруватися в міжнародні структури як цивілізована держава [5].

Висновки. Вивчення проблем, пов'язаних із зростанням національного фактора, є досить актуальним як у теоретичному, так і в практичному аспектах. У час гібридної війни Російської Федерації проти України працівники телебачення і радіомовлення мають зайняти українськоцентричну позицію. Адже роль ЗМІ в контексті формування образу українця та захисту національної ідентичності не можна недооцінювати, особливо тоді, коли на терезах – існування соборної Держави. Тому просвітницька робота із громадянами та постійне проукраїнське телерадіомовлення потрібне вже сьогодні. Ми повинні знайти потрібні шляхи до формування позитивного портрету українця та українського народу загалом і спростувати негативні стереотипи.

Здатність національних засобів масової інформації створювати ефективні противаги іноземній інформаційній експансії значною мірою зумовлена можливостями продукувати власну медіапродукцію: конкурентну, привабливу та затребувану українцями. Проте зазначимо, наша держава має досить обмежені можливості у цьому плані, що пояснюється насамперед відсутністю економічних механізмів, і в першу чергу податкових, які б сприяли виробництву національного медійного продукту.

Список використаної літератури

1. Ігнатова О. Образ України в польському тижневику «Політика» // Вісник Львів. ун-ту. Сер.: Журналістика. — Львів, 2004. — Вип. 25. — С. 499–504.
2. Калакура Я. С. Ментальний вимір української цивілізації / Я. С. Калакура, О. О. Рафальський, М. Ю. Юрій – Київ : Генеза, 2017. – 560с. : ISBN 978-966-11-0879-9.
3. Кульчицький О. Риси характерології українського народу // Енциклопедія українознавства. Загальна частина. Перевидання в Україні. – Т. 2. – Київ, 1995. – С. 708–718.
4. Лизанчук В. В. Інформаційна безпека України: теорія і практика : підручник / Василь Лизанчук. – Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2017. – 728 с.
5. Пенчук І. Сучасне регіональне радіо: проблеми... // Вісник Запорізького державного університету: Філологічні науки. Зб. наук. ст. / Головний редактор Толоч В. О. – Запоріжжя, 2002. – Вип. 1. – С. 107–110.
6. Цимбалістий Б. Параноїдний стиль серед українців (Дещо про патологію українського політичного думання) // Листи до приятелів. – Нью-Йорк, 1967. – Ч. 165–167. – С. 12–26.
7. <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1878>
8. http://ms.detector.media/monitoring/daily_news/translyatsiya_napisiv_na_stini_ta_zayav_fsb_na_interi_monitoring_telenovin_za_1722_kvitnya_2017_roku/
9. http://ms.detector.media/tv_radio/1411981076/radio_9_travnja_bez_pobedobesiya_ale_z_aktsemtami/
10. http://stv.detector.media/kontent/ekspertna_dumka/andriy_taranov_tse_tak_vazhlivo_schobi_kanal_lyubiv_svoikh_glyadachiv/
11. <http://universum.lviv.ua/magazines/universum/2001/1/mol.html>
12. http://www.aratta-ukraine.com/text_ua.php?id=2617
13. <https://vvyzanchuk.blogspot.com/2018/03/blog-post.html>
14. <https://www.prostir.ua/?focus=obraz-ukrajiny-za-kordonom-yak-strichka-mebiusa>

Referens

1. Ihnatova O. Obraz Ukrainy v polskomu tyzhneviku «Polityka» // Visnyk Lviv. un-tu. Ser.: Zhurnalistyka. – Lviv, 2004. – Vyp. 25. – S. 499–504.
2. Kalakura Ya. S. Mentalnyi vymir ukrainskoi tsyvilizatsii / Ya. S. Kalakura, O. O. Rafalskyi, M. Yu. Yurii – Kyiv : Heneza, 2017. – 560 s. : ISBN 978-966-11-0879-9.
3. Kulchytskyi O. Rysy kharakterolohii ukrainskoho narodu // Entsyklopediia ukrainoznavstva. Zahalna chastyna. Perevydannia v Ukraini. – T. 2. – Kyiv, 1995. – S. 708–718.
4. Lyzanchuk V. V. Informatsiina bezpeka Ukrainy: teoriia i praktyka : pidruchnyk / Vasyl Lyzanchuk. – Lviv : LNU im. Ivana Franka, 2017. – 728 s.
5. Penchuk I. Suchasne rehionalne radio: problemy... // Visnyk Zaporizkoho derzhavnoho universytetu: Filolohichni nauky. Zb. nauk. st. / Holovnyi redaktor Tolok V. O. – Zaporizhzhia, 2002. – Vyp. 1. – S. 107–110.
6. Tsybalyisty B. Paranoidnyi styl sered ukrainsiv (Deshcho pro patolohiiu ukrainskoho politychnoho dumannia) // Lysty do pryiateliv. – Niu-York, 1967. – Ch. 165–167. – S. 12–26.
7. <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1878>
8. http://ms.detector.media/monitoring/daily_news/translyatsiya_napisiv_na_stini_ta_zayav_fsb_na_interi_monitoring_telenovin_za_1722_kvitnya_2017_roku/
9. http://ms.detector.media/tv_radio/1411981076/radio_9_travnja_bez_pobedobesiya_ale_z_aktsemtami/
10. http://stv.detector.media/kontent/ekspertna_dumka/andriy_taranov_tse_tak_vazhlivo_schobi_kanal_lyubiv_svoikh_glyadachiv/
11. <http://universum.lviv.ua/magazines/universum/2001/1/mol.html>

12. http://www.aratta-ukraine.com/text_ua.php?id=2617
13. <https://vvlyzanchuk.blogspot.com/2018/03/blog-post.html>
14. <https://www.prostir.ua/?focus=obraz-ukrajiny-za-kordonom-yak-strichka-mebiusa>

Стаття надійшла до редколегії 05.09.2018

Прийнята до друку 11.09.2018

FORMATION OF THE IMAGE OF A UKRAINIAN IN THE ELECTRONIC MEDIA OF UKRAINE, RUSSIA, POLAND, CZECH REPUBLIC AND FRANCE

Sofia Voronchuk

*Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chuprynky Str., 49, Lviv, 79044, Ukraine,
e-mail: sofiavorontchouk17@gmail.com*

In the article, reviewed the literature on the formation of the image of a Ukrainian in the Ukrainian, Russian, Polish, Czech and Russian mass media. The national character is outlined as a kind of personalization of the culture of each national community. It is a product of culture and at the same time a carrier of culture. Also found that such a mental image of a Ukrainian, submitted the most recent studies on this topic and noted the influence of positive and negative features of the character of a Ukrainian on his international image. Identified the main sources of national image formation in Ukraine and in the selected states. Selected historical events that influenced the formation of the image of Ukrainians and their role in stereotyping in Ukraine and in the world. For Ukrainians and the world, it always depended on the mood of the ruling elite that dominated the territory of Ukraine. That is, the creation of the image of our people, as a rule, was engaged precisely by its neighbors. The factors and players that influenced the formation of the image of a Ukrainian in the materials of foreign media were analyzed. Several factors that shape the image of a Ukrainian and which require constant information control are identified: the image of the people, historical memory, the image of the modern hero, freedom of speech, the state system, the state of society, economy, culture, religion. Determined that the main role is played by diplomats, diaspora and migrant workers, as well as Ukrainian and foreign TV and radio channels and the press, because they influence the public opinion. Formulated the role of broadcasting and television in the system of becoming a national image of a Ukrainian in the international arena. Also, in order to confirm the previous studies with practical information, examined and listened to TV and radio on the topic of forming the image of a Ukrainian. Analyzed their thematic content. Identify the main problems that can be solved by popularizing the positive image of a Ukrainian in our own media and then in foreign ones. The positive image of Ukrainian depends on many factors, and especially on its demonstration on TV and radio channels, in particular Ukrainian ones. Each program either confirms or dissolves ready-made stereotypes.

Key words: image of a Ukrainian, international image, media, stereotyping.