

3. Матеріали до засідання Круглого столу «Релігія і влада в Україні: проблеми взаємовідносин». – К.: УЦЕПД ім. О. Разумкова, грудень, 2003.
4. Паращевін М. Релігія і релігійність в Україні / За ред. С. Макеєва. – К.: Інститут політики, Інститут соціології НАНУ, 2009.
5. Церква і суспільство в Україні: проблеми взаємовідносин. Аналітична доповідь УЦЕПД ім. О. Разумкова // Національна безпека і оборона. – 2000. – № 10.
6. Релігійне навчання і виховання дітей і молоді в Україні: позиції громадян. Інформаційно-аналітичні матеріали до Круглого столу «Релігійна освіта і виховання в Україні: проблеми і шляхи розв'язання». – К.: УЦЕПД ім. О. Разумкова, 2005.
7. Статистичні звіти Державного комітету у справах національностей і релігій при Кабінеті Міністрів України за 1999 р. (станом на 1.01.2000 р.) та 2007 р. (станом на 1.01.2008 р.).
8. Національний склад населення та його мовні ознаки за даними Всеукраїнського перепису 2001 року. – К.: Державний комітет статистики України, 2003.
9. Актуальні питання міжконфесійних взаємин в Україні. Зб. наук. матеріалів / за ред. В. Андрущенко, В. Бондаренка та ін. – К., 2005.
10. Растоу Д. Переходи к демократизации: попытка динамической модели // Полис. – 1996. – № 5.
11. Релігійна панорама. – 2003. – № 4.

Religions in Ukraine are represented in the contemporary regional context with an emphasis on dynamic formation of new self-identifications of religious actors and of new identities, either combined with ethnicity or not. Correlation and interdependence of religious identifications with social, cultural, historical and economic background of regional and local communities are analysed.

Key words: religion, nationality, Regionalism, Identity, Identity.

Отримано 17.03.2010

УДК 373.5.016:811.161.2

В. М. Кулик

РОЛЬ УКРАЇНСЬКИХ МАС-МЕДІА У ТВОРЕННІ НАЦІОНАЛЬНОГО ІСТОРИЧНОГО НАРАТИВУ

У статті розглядається українська специфіка медійного відтворення української ідентичності, аналізуються чинники, що впливають на цей процес.

Ключові слова: мас-медіа, медійний простір, маргіналізація мас-медіа, медійна селекція, ідеологічні пріоритети.

Одним із найважливіших аспектів ідеологічного впливу медійного дискурсу є творення й підтримування різноманітних ідентичностей членів аудиторії, перш за все національної. З одного боку, мас-медіа відтворюють спільне для більшості читачів або глядачів уявлення про реальність існування національних та

інших спільнот і належність кожної людини до якихось із них, з другого — підтримують і почасти накидають позитивне сприйняття такої належності. Дієвості такого підтримування та зміцнення сприяє потужність і водночас непомітність дискурсивних практик, у яких медіа його здійснюють. Медійний дискурс робить чи не найбільший внесок у розповсюдження так званого *банального націоналізму*, котрий пронизує різноманітні інституції усталених націй і завдяки цьому натуралізує уявлення про національну структуру світу й безальтернативність національної ідентифікації індивідів. Як висловився автор цього поняття Майкл Біліг, банальний націоналізм увійшов у щоденне життя мільйонів людей саме завдяки тому, що «медіа щоденно приносять громадянам додому [національні] прапори», тобто публічні практики сприйняття світу в національних категоріях» [1].

Дослідники медійного творення національної ідентичності звертали увагу насамперед на утвердження чільного місця національної ідентичності в структурі ідентифікацій членів аудиторії та суспільства, здійснюване за допомогою тематичних пріоритетів медійного дискурсу й способів представлення нації та її членів. Проте водночас із таким утвердженням медіа активно впливають на, так би мовити, наповнення цієї ідентичності, тобто уявлення її носіїв про те, що саме означає членство в нації, чим вона є та чим не є. Одним з аспектів цього наповнення є асиметрія частоти та способу представлення інших країн/націй, яка пов'язує деякі з них зі своєю міцніше, ніж інші, вказуючи таким чином місце своєї країни в світі. Проте не меншу роль, ніж географія, в цьому наповненні відіграє історія: виділення певних періодів та постатей як ключових для національної ідентичності водночас із замовчуванням інших. Медійні практики представлення минулого роблять важливий внесок у підтримування й оновлювання національного наративу — дискурсу (точніше, конвенції дискурсу) про долю й сутність нації, що пов'язує різні славні й трагічні події як віхи на шляху до сучасного стану спільноти, котру він завдяки цьому ідентифікує. Як і геополітичні орієнтири нації, історичні пов'язання її нинішніх членів є об'єктом явного та неявного змагання між речниками різних пріоритетів, у якому медіа є водночас тереном і одним із головних учасників. Останніми десятиліттями саме медіа, насамперед телебачення та кіно, стали для мільйонів громадян головним джерелом історичного знання, привернувши їхню увагу до багатьох тем і подій, які раніше цікавили лише науковців, — і водночас завдяки селективності своєї уваги популяризуючи певні епізоди та відповідні їм ідентичності коштом інших [2].

У сучасній Україні центральне місце в твореному/виборюваному історичному наративі посідає ставлення до її радянського минулого: спрощено кажучи, тлумачення його як золотого віку

чи як пропащого часу. Від перших років незалежності легітимація останньої спиралася на засудження радянського режиму, хоч у дискурсі постноменклатурної влади воно було далеко не таким рішучим, як в опозиційному націоналістичному за часів СРСР та після його розпаду. Тим часом як права опозиція вимагала радикальнішого відкидання політичної та ідеологічної спадщини радянського ладу, комуністи й інші ліві партії виступали за повернення до того ладу та його нарративу. З плином часу незалежність стала спільною платформою майже всіх політичних сил, однак це не призвело до одностайного відкидання радянської спадщини. Не лише ліві, але й пропрезидентські «центристські» партії намагаються примирити й поєднати незалежну сучасність із радянським минулим, подаючи його як славно чи принаймні не ганебну сторінку національної історії. Відповідно до оцінки радянської доби минулого, різні політично-ідеологічні табори по-різному ставляться й до інших періодів минулого, від Київської Русі до УНР та УПА: апологети радянського ладу здебільшого зберігають його означування, а супротивники змінюють на протилежні [3]. Медіа є одним із головних форумів, де відбувається змагання між різними версіями національного минулого, що їх можна спрощено назвати радянським та націоналістичним нарративами. Водночас медійний дискурс робить вирішальний внесок у перемогу радянського версії.

Як і інші ідеологічні розбіжності в суспільстві, ставлення до подій минулого є предметом явного обговорення в певних медійних практиках, як-от проблемних статтях та інтерв'ю в газетах і документальних фільмах та ток-шоу на телебаченні. Деякі з цих продуктів, особливо телевізійні, можуть збирати досить масові аудиторії та справляти великий вплив на суспільні уявлення щодо обговорюваних проблем — надто що виробництво й демонстрування медійних продуктів нерідко стає відповіддю на порушення цих проблем в інших дискурсах, насамперед політичному. Проте в медіа для масової аудиторії такі практики посідають дуже невелике місце. Тому головний внесок у творення ідентичності ці медіа роблять іншими продуктами, які буцімто лише інформують або розважають, але водночас неявно втілюють численні припущення про історію та сучасність.

Найпомітнішими з цих продуктів є газетні тексти й телевізійні програми, спеціально присвячені історичним подіям та діячам, але призначені не дискутувати про них, а інформувати — водночас більшою чи меншою мірою розважаючи аудиторію. Багато газет, у тім числі й виразно табloidних, уміщують матеріали на історичні теми з певною періодичністю та/чи з нагоди визначних дат. Часом такі матеріали представляють чітку ідеологічну позицію щодо події чи діяча, зокрема коли мають на меті помістити її в свідомості читачів на місці іншої, котру автор вважає хибною. Частіше, од-

нак, автори згадують спростовувані погляди лише побіжно або й не згадують узагалі, воліючи «розповідати» історії, в правдивості яких ця наративна структура та, не меншою мірою, саме розміщення текстів на сторінках історії, культури або новин (а не дискусій чи коментарів) спонукають не сумніватися. Безперечно, такі інституційно наділені статусом знання тексти втілюють певні ідеології, неясність яких сприяє їх некритичному засвоюванню, надто якщо різні матеріали на історичних та інших сторінках багатьох випусків газети вочевидь не суперечать одне одному. Читачі можуть усвідомити партикулярність і проблематичність пропонованого наративу лише в тому разі, коли мають доступ до інших дискурсів, у яких тлумачення відрізняється.

Не надто помітною є й ідеологічність самого добору подій та постатей, про які йдеться на історичних сторінках і які складають, так би мовити, історичне наповнення національної ідентичності. Вказуючи події та людей, яких членам аудиторії та нації загалом належить пам'ятати, редактори водночас окреслюють пріоритетність різних історичних періодів і навіть самі межі національної історії. Аби продемонструвати відмінність утілюваних у різних газетах окреслень, порівнюємо добір подій і осіб, про яких ішлося протягом перших трьох місяців 2008 року на присвячених історії сторінках двох масових газет: «Хронографі» в «Сьогодні» та «Історії» в «Газеті по-українськи» (ГПУ). Попри певні відмінності в тематичних пріоритетах і стилях, редактори обох сторінок намагаються зробити тексти привабливими для масової аудиторії, тому по змозі вибирають «незаяложені» теми й подають цікаві подробиці важливих подій. Цими сторінками обидві газети — кожна по-своєму — творять зрозумілий для мас образ національної та світової історії. Головною різницею між цими двома образами є не форма представлення подій, а зміст того, що пропонується вважати історією.

В обох газетах історичні сторінки наповнені статтями про минуле не тільки України, а й інших країн. Однак співвідношення чисельності матеріалів про різні країни, яке неясно вказує на важливість і/або цікавість їхньої історії — та, в певному сенсі, сучасності, — дуже відрізняється (див. *табл. 1*). В «ГПУ» понад половину текстів присвячено Україні, а серед решти приблизно половину становлять тексти про країни Заходу, третину — про (неукраїнську частину) СРСР, і всього кілька — про інші частини світу. «Сьогодні» про ті частини взагалі майже не згадує, про Захід пише значно рідше, ніж про СРСР та Росію, а головне — тексти на українські теми становлять тут менш як п'яту частину від загальної кількості. Тобто творений у цій газеті образ доречної для читачів історії не просто не обмежується Україною, а й відводить їй доволі скромне місце, що контрастує з пріоритетом

українських матеріалів на всіх інших сторінках, крім хіба тих, де йдеться про культуру. Дуже різне місце посідає в двох творених історіях і Росія: в «ГПУ» її немає взагалі (крім продовження доль, що почалися в Радянському Союзі), а в «Сьогодні» їй присвячено майже чверть усіх текстів – стільки само, як і СРСР. Мало того, якщо на Заході газета воліє бачити передусім винаходи й курйози, то СРСР та Росія цікаві їй радше митцями, науковцями й державними діячами, котрих вона ще й представляє з більшою повагою та близькістю, ніж осіб з інших частин світу, справами яких вона пропонує читачам цікавитися, але не перейматися.

Таблиця 1

Співвідношення кількості матеріалів про різні країни на сторінці «Історія» «Газети по-українськи» та сторінці «Хронограф» газети «Сьогодні» (у відсотках від загальної чисельності текстів на цих сторінках протягом січня-березня 2008 року)

	Україна	Захід	СРСР + Росія	Інші
ГПУ	53,2	24,5	16,0	6,3
Сьогодні	18,6	32,6	46,5	2,3

Але ці два образи минулого відрізняються не тільки географічним розподілом чужоземного, а й хронологічним розподілом українського: переважним зосередженням на цілком різних періодах, які таким чином стають визначальними епохами відповідних версій національної історії та ідентичності. Як показує *табл. 2*, «Сьогодні» не лише мало пише про українську історію, а й локалізує її головню в періодах царської та радянської влади, тобто часах належності України до Росії, що постають не просто як легітимна, а як головна частина національного минулого, легітимізуючи й саму ту належність. Цей ефект посилюється завдяки доборові представлених осіб та аспектів їх діяльності: в «Хронографі» взагалі немає відверто антиросійських чи антирадянських постатей, а сумнівних під цим оглядом персонажів знейтралізовано далеким від ідеологічних суперечок наголосом, скажімо, на місцях мешкання (Лесю Українку) чи споруджених пам'ятниках (Шевченка). Ба більше, для деяких персонажів (причому, співака Александра Вертінського чи Пушкінової «музи» Анни Керн) зв'язок з Україною постає лише як факт біографії, цілком сумісний із культурною та політичною російськістю.

«ГПУ» теж присвячує радянським часам майже половину з тих матеріалів, де йдеться про Україну, хоча деякі персонажі цих часів (наприклад, Володимир Сосюра або Петро Шелест) постають не стільки функціонерами радянського режиму, скільки жертвами його боротьби проти самостійності чи навіть самого розвитку української нації. Проте не менше уваги ця газета приділяє періодам, міцно пов'язуваним у суспільній свідо-

мости з боротьбою проти російсько-радянського панування над Україною: насамперед Визвольним змаганням 1917-1921 років, а також УПА та Гетьманщині. Навіть у дореволюційній добі вона бачить не тільки підросійську Україну, а й пiдавстрійську, і в них обох виділяє людей виразно української ідентичності (зокрема, Володимира Антоновича та Івана Пулюя), в такий спiсiб тлумачачи ті часи радше як чужинське панування над Україною, ніж легітимний зв'язок одного народу з іншим. Можна зробити висновок, що «Сьогодні» втілює радянський наратив спільної історії Росії та України, до того ж у досить радикально русоцентричній версії, де українського взагалі залишається небагато. Натомість «ГПУ» заміною його заснованим на схемі Грушевського націоналістичним наративом, важливе місце в якому посідає боротьба проти російського поневолення. Втім, у перетворюваному образі національного минулого ця газета зберігає чимало радянських рис. Головний редактор «ГПУ» Володимир Рубан пояснив таке поєднання нового та звичного, з одного боку, потребою балансу між різними темами й смаками та, з другого, бажанням не лише «йти за читачем», а часом ризикувати й «іти трохи попереду» в напрямку ідеологічних пріоритетів керівництва редакції (що їх Рубан схильний сприймати як пріоритети розвитку всього українського суспільства), сподіваючись на готовість більшості аудиторії зрозуміти й підтримати пропоновані зміни [4].

Таблиця 2

Співвідношення кількості матеріалів про різні періоди української історії на сторінці «Історія» «Газети по-українськи» та сторінці «Хронограф» газети «Сьогодні» (у відсотках від загальної чисельності присвячених Україні текстів на цих сторінках протягом січня-березня 2008 року)

	Шляхта та козацтво	Російська та Австро-Угорська імперії	УНР та УПА	УРСР
ГПУ	8,0	16,0	32,0	44,0
Сьогодні	0	57,3	0	43,7

Іншою важливою практикою, що нею газети формують певний образ минулого, є тексти (статті, нариси, інтерв'ю тощо), які розповідають не так про самі історичні події, як про *долі людей на тлі подій*, що їх, відповідно, автори можуть не аналізувати або навіть докладно не описувати, а лише згадувати — втілюючи, однак, при цьому певні припущення про їхню суть і вплив. У таблідах одним із головних типів текстів є «історії» про видатних або ж пересічних, але в чомусь незвичайних людей. У багатьох таких історіях минулого немає: вони представляють одну недавню незвичайну подію з життя невідомої людини чи нинішній етап життя відомої. Проте якщо йдеться про життя й здобутки певної

людини в цілому, найчастіше з нагоди її ювілею або смерті, то розповідь більшою чи меншою мірою стосується також минулого — але не дуже далекого, бо в більшості випадків обмеженого життям, яке ще триває або щойно скінчилося. Ще частіше розповідають про відомих або, на думку авторів та редакції, незаслужено забутих осіб «якісні» видання, зосереджуючись, однак, не на приватному житті, яким насамперед цікавляться таблоїди, а на професійних здобутках, що роблять тих людей вартими уваги.

На відміну від розповідей про події та діячів давніших епох, тексти про сучасні людські долі постають не стільки як історія, скільки як пам'ять: представлені особи або самі діляться спогадами про пережите, або ж про їхні життя розповідає хтось близький чи принаймні обізнаний. Відповідно, автори пропонують ставитися до своїх героїв із захопленням, повагою чи бодай співчуттям, і це прихильне ставлення певною мірою переноситься й на режим, за якого вони жили — хіба що його зображено як джерело страждань тих людей. А оскільки тексти про незвичайних людей частіше зосереджуються на їхніх здобутках, аніж на стражданнях, то радянська доба, на тлі якої представлені долі більшості з них, постає в таких розповідях радше привабливою. Може здатися, що цей ефект зумовлений лише властивістю людської пам'яті зберігати й висловлювати передусім добре, — проте, на мою думку, він є також наслідком медійної селекції, яка дозволяє пам'ятати головню тих, кому було не надто погано. Адже навіть видання, що в багатьох інших практиках недвозначно засуджують радянський режим, у текстах про людські долі частіше пишуть про загалом успішних (хоч, може, й не повністю зреалізованих) за того режиму письменників чи конструкторів, аніж про дисидентів чи «розкуркулених» селян, котрих він знищив або прирік на страждання. Звісно, в текстах про видатних людей за означенням має йтися головню про тих, що досягли якихось успіхів, — однак в більшості видань таке зведення пам'яті про попередні покоління до яскравих долі успішних особистостей не компенсується постійними практиками представлення досвіду менш успішних людей, що водночас показало би менш привабливі аспекти ладу, за якого вони жили. Втім, це стосується не лише минулого, а й теперішнього.

Легітимацію радянського ладу через стимулювання пам'яті про видатних людей, які жили та творили за його умов, здійснюють не тільки ліві чи проросійські видання й не тільки таблоїди, схильні нормалізувати майже все, про що пишуть. В деяких газетах ця легітимація співіснує з досить критичним представленням радянського режиму на інших сторінках, зокрема історичних, що призводить до взаємодії в одному виданні радянського та націоналістичного наративів минулого. Приміром, у «якісному» й загалом ліберально та прозахідно налаштованому тижневику

«Дзеркало тижня» можна помітити суттєву відмінність між сторінкою «Архіваріус», спеціально присвяченою історії, та матеріалами про видатних людей минулого, публікованими на різних сторінках секції «Людина». Укладач «Архіваріуса» здебільшого запрошує до співпраці фахових істориків, тож друковані на цій сторінці тексти загалом утілюють панівний нині в українській історичній науці погляд на ту чи іншу подію та ієрархію важливості різних подій національного минулого — погляд, набагато ближчий до націоналістичного наративу, ніж до радянського. Натомість у матеріалах про визначних науковців, митців та громадсько-політичних діячів переважає позитивне представлення радянського ладу завдяки позитивному представленню радянського досвіду тих людей. Утім, проблематизаційний або й виразно полемічний характер багатьох матеріалів на історичні теми дає підстави сподіватися, що в цій «якісній» газеті взаємодія двох наративів вможливує пошук компромісного тлумачення, на якому ґрунтувалася б ідентичність більшості громадян незалежної України. Натомість у таблоїдах поєднання безоцінкових «історій» людей дуже різних позицій і досвідів сприяє радше нормалізації відповідних їм ідеологій та суспільних практик як, у принципі, однаково прийнятних частин минулого, не вартих жодного нормативного оцінювання з боку нащадків. Наслідком цього, гадаю, може стати не компроміс, а ідентифікаційна дезорієнтація й аномія.

Телебачення представляє минуле в своїх специфічних жанрах. У новинах чи не єдиним легітимним приводом для матеріалів на теми історії є більш чи менш «круглі» дати. Проте редактори українських теленовін більшість дат просто ігнорують, згадуючи насамперед ті, що їх відзначають політики, нерідко збурюючи цими відзначеннями суспільні пристрасті (як-от роковини більшовицької революції чи створення УПА). Втім, подеколи певні канали звертають увагу на дати, що інакше могли б залишитися для глядачів непоміченими. Приміром, на початку березня 2008 року «Інтер» аж тричі розповідав у новинах про чергову річницю від дня смерті та похорону Сталіна (зокрема й у підсумковому недільному випуску, що вийшов в ефір у день народження Шевченка, якому присвятили сюжети кілька інших каналів). Утім, новинні сюжети були не єдиним способом телевізійного відзначання цієї річниці: «Інтер» показав також кілька документальних фільмів про Сталіна та його дітей. Саме документальні й художні фільми є головними телевізійними жанрами для творення історичної свідомості аудиторії.

На зміну документальним фільмам пропагандистсько-просвітницького спрямування, що їх за успадкованою від радянських часів традицією продукували на початках незалежності державні та невеликі приватні студії, останніми роками прийшли більш

сенсаціоналістські, драматичні й видовищні стрічки виробництва самих телеканалів чи нових продакшн-компаній. Тематика й стилістика перших робила їх не дуже цікавими для масової аудиторії, тож зорієнтовані на прибуток незалежні канали – на відміну від фінансованого з бюджету Першого національного – ставили й досі ставлять їх хіба що вночі: аби виконати вимоги ліцензій, що зазвичай вимагають певної частки «культурологічних» програм. Натомість фільми другого типу дедалі частіше потрапляють у денний чи навіть праймовий ефір, особливо на СТБ та «Інтері», що зламали поширений серед українських телевізійників стереотип документального кіно як нерейтингового жанру. Зміна стилістики супроводжується зміною тематичних пріоритетів, досить подібною до тієї, що відбулася в масовій пресі. Спрошено кажучи, замість «відкривати» глядачам невідомі внаслідок радянських замовчувань і фальсифікацій періоди історії України (зокрема репресії більшовицького режиму та боротьбу проти нього), телевізійники заходилися приваблювати їх цікавими подробицями добре відомих епох, насамперед радянської та пострадянської. Хронологічна й психологічна близькість цих епох робить демонстрування подробиць легшим (завдяки доступності учасників/свідків, документів та відеоматеріалів) і водночас прийнятнішим для великої частини аудиторії.

Не менш істотним чинником є ідеологічні пріоритети російських виробників і телеменеджерів, продукти яких українські канали активно показують і продають їм свої. За президентства Путіна російське телебачення стало важливим чинником творення національної ідентичності й ностальгії за радянськими часами. Тому воно воліє розповідати про радянські здобутки та загадки, але не про незалежницькі змагання чи підрадянські страждання українців. Ці пріоритети істотно впливають і на теми та підходи присвячених минулому програм українських телеканалів. Ринкова непартитетність сумісних і несумісних із панівним у Росії історичним наративом продуктів (за відсутності державних механізмів її компенсування) суттєво посприяла маргіналізації спроб деяких українських каналів, зокрема «1+1», творити привабливі документальні фільми на основі незалежницького тлумачення історії, хай і виrozumілого до радянської доби як невилучної частини минулого. Обмежені українським ринком і, отже, здебільшого неприбуткові фільми про суперечливі моменти історичної свідомості громадян України на перейнятому передусім прибутками телебаченні були дуже нечисленими, та й показували їх здебільшого близько чи після опівночі.

Цей самий чинник великою мірою визначав і теми та тлумачення художніх фільмів про події минулого. Тимчасом як відродження російського кіно від кінця 1990-х років ознаменува-

лося дедалі більшою кількістю фільмів на історичну тематику, започатковане в перші роки незалежності кінематографічне «переписування» української історії з переходом каналів і студій на ринкові засади зійшло нанівець. Українські телевізійники не лише не намагалися представити в нових фільмах відповідну незалежницькому дискурсові версію історії, а й не обмежували обіг старої, радянської версії. Впродовж першого десятиліття незалежності вони активно показували стрічки радянського виробництва, зокрема й ті, що відверто вороже тлумачили українські незалежницькі прагнення часів Гетьманщини, УНР, УПА тощо. А від початку 2000-х в українському ефірі з'явилися нові російські фільми, що часом теж були ворожими до української самостійницької боротьби, але здебільшого просто ігнорували її, представляючи російські змагання та здобутки, нерідко за участю українців, котрих ця участь робила по суті частиною росіян.

Нарешті, коли за кілька років українські виробники почали творити власні художні фільми, вони теж не вважали невідповідність незалежницькому наративові підставою відмовлятися від ринково перспективних тем зі спільної історії українців і росіян. Тож у цих продуктах українська ідентичність або не фігурувала взагалі, або поставала цілком сумісною з російською та радянською. Приміром, показаний навесні 2007 року на «1+1» міні-серіал «Смерть шпигунам!» представляв діяльність радянської контррозвідницької структури СМЕРШ на території України, яку він (на відміну від раніших фільмів українських виробників) виразно ідентифікував. Проте не лише українських націоналістів, відверто ворожих радянському режимові та СМЕРШеві як його дієвому знаряддю, а й пересічних українців, що намагалися вижити поміж різними збройними силами, автори не показали (маю на увазі носіїв саме цієї ідентичності, а не просто прізвищ або акценту). Крім радянських людей різних національностей, у фільмі діяли тільки німці, до яких ті люди одноставно ставляться як до ворогів. «Мода на радянське ретро», що її цей фільм продемонстрував і певною мірою простимулював, робить великий внесок у нормалізацію радянського минулого та радянського ладу, зокрема й серед молодих поколінь українців. Такою нормалізацією телевізійний кінопоказ підважує дівість незалежницького історичного наративу не менше, ніж практичною відсутністю фільмів на центральні для цього наративу теми.

Ще одним важливим засобом медійного впливу на історичну свідомість аудиторії є відзначення святкових і пам'ятних днів, яке встановлює перелік та ієрархію важливості таких днів, а отже, й ідеологій, що їх ці дні унаочнюють. Медійне відзначення свят і днів скорботи охоплює різноманітні практики, що їх можна звести до двох категорій. З одного боку, в такі дні з'являються

присвячені їм спеціальні продукти: від згадок у регулярних календарях до розлогіх інтерв'ю в газетах та від новинних сюжетів до художніх фільмів на телебаченні. З другого, з нагоди особливо важливих днів медіа ладні змінювати загальну структуру свого дискурсу. Газети нерідко вміщують над логотипами гасла, а телеканали особливим чином оздоблюють студії. А головне, медіа можуть наповнити шпальти чи ефір спеціальними продуктами, радикально зменшивши таким чином частку інших, або й узагалі відмовитися від деяких із них як невідповідних відзначуваному дню. Поєднання цих елементів робить випуск газети чи ефір телеканалу в святкові або скорботні дні не схожим на звичайні, що сприяє сприйняттю серед аудиторії самих цих днів як особливих, надто якщо незвичайними стають усі медіа, що діють у певній спільноті – ідентичність якої таке солідарне відзначення водночас підтримує, а несолідарне підважує та зрештою змінює.

Як перехідне суспільство, Україна перебуває в процесі переокреслення цього й інших елементів ідентичності, коли різні групи мають дуже різні уявлення та беруть участь у різних, більш чи менш усталених практиках. Якщо говорити про календар, то дві основні суперечності стосуються змагання/поєднання світських і релігійних свят з одного боку та радянського й націоналістичного наративів історії з другого. В першому випадку медіа, як і велика частина еліт і всього суспільства, намагаються просто поєднати атеїстичне старе з релігійним (насамперед православним) новим, тобто відзначати й світські, й церковні свята, часто в ті самі дні, не вважаючи, що для деяких людей це може бути неприйнятним. Утім, це поєднання непаритетне: жодне релігійне свято не є для медійників (тобто, як вони гадають, для більшості аудиторії) таким важливим, аби вимагати суттєвої зміни структури дискурсу, зокрема вилучення невідповідних елементів. Тому медіа намагаються звести відзначення навіть найбільших християнських свят до публікації спеціальних продуктів, не відмовляючись при цьому від усіх інших, зокрема й відверто розважальних та, за релігійними мірками, блюзнірських. Майже всі телеканали вводять у випуски новин святкові сюжети чи студійні тексти, деякі показують один-два документальних та/чи художніх фільми, але тільки Перший національний на головні православні свята транслює богослужіння, вже бодай через це значно зменшуючи присутність інших програм і маркуючи ці дні як незвичайні. Водночас важливі світські свята, як-от Новий рік чи День перемоги, телебачення відзначає наповненням ефіру багатьма святковими продуктами, що радикально змінює структуру мовлення.

Доброю ілюстрацією щороку стає ефір перших днів січня, в яких телевізійники бачать перш за все не різдвяні свята, а (після) новорічні – власне, канікули, довгі вихідні. Та й будь-які інші

вихідні дні, коли глядачі, за припущенням телеменеджерів, мають багато часу й бажають передусім розважатися, визначають структуру телевізійного дискурсу більше, ніж головні християнські свята, які також можуть припадати на ці дні, але вимагають зовсім інакшої поведінки. Поєднуючи в ефірі різдвяні та новорічні (чи якісь інші релігійні та світські) елементи, телебачення не тільки відбиває ту обставину, що в самому суспільстві, за формулою Отара Довженка, «українець ще не зовсім народився, а радянська людина — не зовсім померла», а й ігнорує (як уважають менеджери, рекламно незначущі) бажання тієї частини аудиторії, для якої «6 і 7 січня — не просто вихідні» [5]. Таким чином воно підтримує перевагу «радянської людини» над релігійним (чи принаймні чутливим до національних традицій і вірувань співвітчизників) «українцем». Це саме стосується й переважної більшості газет — тільки що їхнє відзначення світських свят не може впливати на суспільство такою мірою, як телевізійне, насамперед через успадковану від радянських часів відсутність випусків у вихідні, яка переносить газетне відзначення на попередні дні, а у святковій посилює залежність медійної аудиторії від телебачення.

Ще відчутнішу перевагу медіа надають радянським святам над антирадянськими, зокрема відповідними націоналістичному наративові української історії. Тут вони не демонструють такого еклектичного підходу, як щодо релігійного й світського календарів, сприймаючи дві історичні моделі та їхні головні свята як не цілком чи й узагалі не сумісні. Деякі видання відзначають лише одні й ігнорують — або згадують із протилежним ідеологічним «знаком» — інші. Скажімо, 23 лютого 2008 року «Газета по-українськи» навіть не згадала про День захисника Вітчизни, що його президент Кучма запровадив наприкінці 1990-х на місці Дня радянської армії. Натомість «Сьогодні» вмістила присвячений цьому святу розлогий матеріал на другій сторінці, додатково позначивши його важливість рубрикою «Новина дня» та анонсом на першій сторінці [6]. Водночас наприкінці листопада 2007-го вона зігнорувала День пам'яті жертв голодомору та політичних репресій, що за президентства Ющенка набув набагато більшого, ніж доти, значення для держави й суспільства. А от «ГПУ» відзначила його відразу кількома матеріалами — не лише на історичній сторінці, але й на шпальтах про людські долі й навіть про головні новини [7].

Проте деякі радянські за походженням свята, як-от 8 березня чи 9 травня, антирадянськи налаштовані газети теж відзначають: напевно, редактори вважають, що для більшості їхньої аудиторії вони вже мають загальнолюдське значення. Скажімо, напередодні 8 березня 2008 року «ГПУ» відзначила майбутнє свято цілою низкою матеріалів, що розповідали про історію його виникнення

та про нинішні подарунки для різних груп жінок (тексти другого типу неявно вказували на чинність свята в усьому суспільстві) [8]. Від святкового набору, який запропонувала «Сьогодні», добірка «ГПУ» відрізнялася лише відсутністю спеціального привітання читачкам від редакції. Але й без того спосіб відзначання цього дня робив його набагато важливішим за виразно «національні», відповідні націоналістичному наративові (крім хіба що Дня жертв Голодомору). Посилення ролі нерадянських дат у дискурсі влади та медіа після Помаранчевої революції не привело до притлумлення радянських, що їх націоналісти разом зі своїми опонентами й далі свідомо чи несвідомо визнають і підтримують як ідеологічно нейтральні та спільні для всього суспільства [9].

Але особливо явним є панування радянських свят на телебаченні, де майже немає ідеологічного плюралізму: всі канали орієнтуються на гаданого пересічного глядача, в якому вони бачать і своїми практиками плекають «радянську людину». Тому виразно антирадянські дати вони по суті ігнорують, згадуючи про них хіба що в новинних сюжетах, але залишаючи незмінною невідповідну цим дням структуру дискурсу. Найкричущішим прикладом такого ігнорування до останнього часу залишалося мовлення в поминальні дні за жертвами Голодомору, в якому не тільки майже не було програм про саму цю трагедію, а й переважали розраховані на недільні смаки аудиторії розважальні продукти. Лише у відповідь на чітку вимогу Національної ради з питань телебачення й радіомовлення телевізійники 2007 року зрештою почали утримуватися від розваг у ці та інші скорботні дні [10], хоч майже не доповнюючи цього «негативного» маркування представленням причин скорботи. Єдиним нерадянським світським святом, який українські телеканали відзначають суттєвою зміною звичного репертуару, є День незалежності, що його вони наповнюють програмами про різні періоди національної історії та різні аспекти національної культури, [11] роблячи по суті резервацією відсутньої в інші дні виразної українськості (чимось на кшталт «жіночого дня» 8 березня, коли жінкам намагаються за один раз віддати все те, чого позбавляють протягом року).

Зате в радянські свята телеканали ставлять в ефір стільки радянських чи нових (переважно російських), але ідеологічно суголосних їм продуктів, що не дають глядачам змоги не помітити цих днів чи витлумачити їх з урахуванням незалежницьких змін. Найяскравіше демонструє цю анахронічну радянськість ефір перших днів травня, коли український уряд, як і на початку січня, влаштовує громадянам довгі вихідні, а телебачення наповнює їх святкуванням спершу Дня солідарності трудящих, а потім – Дня перемоги, в якому й досі знаходиться місце навіть давнім фільмам про боротьбу добрих чекістів із поганими бандерівцями на захід-

ній Україні одразу по війні [12]. Потужні практики підтримування радянської версії минулого водночас творять контекст, у якому зростає ймовірність відповідного їй сприйняття теперішнього.

Підсумовуючи, варто наголосити, що українську специфіку медійного (від)творення національної ідентичності членів аудиторії зумовлюють не тільки недавність незалежності держави й радикальна відмінність між поглядами різних людей у суспільстві, політикумі та журналістському середовищі, а й залежність українського медійного ринку від російського, ідеологічні пріоритети якого українські мовники, отже, великою мірою наслідують. Хоча низка газетних і телевізійних практик, зокрема новинних, утверджує чільне місце національної ідентичності, спрямованої саме на Україну як країну та спільноту, в багатьох інших ця країна/спільнота постає нерозривно пов'язаною з Росією або навіть належною до неї. Водночас медійний дискурс є тереном змагання між радянським і націоналістичним наративами української історії, яке відбувається не лише поміж різними виданнями та каналами, а й, так би мовити, всередині багатьох із них. На перебіг цього змагання суттєво впливають імпортовані з Росії чи розраховані на російський ринок продукти, що заповнюють більшу частину українського телефіру, особливо в прайм-тайм. Вони явно або неявно стверджують минулу й сучасну належність України до спільного з Росією культурного та політичного простору, підважуючи творене в інших медійних практиках та інших суспільних інституціях уявлення про відмінність чи навіть протиборство двох країн. Пануванню таких продуктів і, відповідно, активному втіленню проросійських уявлень та ідентичностей не стала на заваді й Помаранчева революція, що привела до нової суспільно-політичної ситуації в країні та трохи інакшої політики влади щодо Росії з одного боку та націотворчої діяльності медіа із другого.

Список використаних джерел:

1. Billig M. Banal nationalism. — London, 1995. — P. 94.
2. Baer A. Consuming history and memory through mass media products // *European Journal of Cultural Studies*. — 2001. — Vol. 4. — No. 4. — P. 491-501; Hesling W. The past as story: The narrative structure of historical films // *European Journal of Cultural Studies*. — 2001. — Vol. 4. — No. 2. — P. 189-205.
3. Див., наприклад: Гриневич В. Мить війни та війна митів // *Критика*. — 2005. — Ч. 5. — С. 2-8; Портнов А. Упражнения с историей по-украински (Заметки об исторических сюжетах общественно-политических дебатов в постсоветской Украине) // *Ab Imperio*. — 2007. — № 3. — С. 93-138.
4. Інтерв'ю з Володимиром Рубаном, 13.06.2008.
5. Довженко О. Merry Christmas, радянський народ! // *Телекритика*. — 9.01.2007. — Режим доступу: http://www.telekritika.kiev.ua/articles/158/0/8375/rizdvo_od_2007/.

6. Соломко И., Смертенко Е., Кошиль А. А у Вас какое звание? // Сегодня. – 23.02.2008. – С. 2.
7. Чебанюк О. «Людей не ховали – сил не було» // ГПУ. – 24.11.2007. – С. 13; Павленко Н. «Сидить чоловік і їсть кота. Прямо з шерстю» // Там само. – С. 14; Перевозіна О. На виставці про Великий Голод люди говорять пошепки // Там само. – С. 3.
8. Цалик С. У Російській імперії Жіночий день відзначали 23 лютого // ГПУ. – 7.03.2008. – С. 25; О. П. Прем'єрка полетіла до Брюсселя з донькою // Там само. – С. 4; Поп О. Ліцеїсткам на 8 Березня дарують золото і косметику // Там само. – С. 6.
9. Про цю практику в «допомаранчевих» медіа див.: Кулик В. Україна, яку нам вибирають // Критика. – 2002. – Ч. 5. – С. 10.
10. Ганжа Л. Біда навчить // Телекритика. – 11.12.2007. – Режим доступу: <http://www.telekritika.ua/media-rinok/regulyuvannya/nacrada/2007-12-11/35439>.
11. Кокотюха А. Бандерівці у серпні // Телекритика. – 29.08.2006. – Режим доступу: http://www.telekritika.kiev.ua/articles/131/0/7696/kinoprem'eri_u_den_nezalezhnosti.
12. Чечеринда Є. Наші чи «німці»? // Українська правда. – 8.05.2007. – Режим доступу: <http://www.pravda.com.ua/news/2007/5/8/58455.htm>.

In article Ukrainian specifics media play Ukrainian identity, examines factors that influence this process.

Key words: mass media, marginalization media, media selection, ideological priorities.

Отримано 08.03.2010