

УДК 070.11:008+323.15(477.75)

## ПОЛІКУЛЬТУРНИЙ ЗМІСТ ОБРАЗУ КРИМУ В ЗМІ

*Кондратська В.Л.*

*Таврійський національний університет ім. В.І. Вернадського,  
м. Сімферополь, Україна*

*У статті дається огляд основних концепцій, пов'язаних з проблемою відображення ЗМІ Криму найбільш резонансних ситуацій у житті півострова. Вибудовується система дослідницьких підходів до проблеми створення образу Криму.*

*Ключові слова: полікультурний, ідентифікація, створення образу*

*Актуальність.* Образ Криму розглядається в цій статті як можливий ідентифікаційний код, здатний об'єднати українське суспільство. Образ Криму, з одного боку, це уявлення про всю країну, переломлене у свідомості кожної людини окремо, що служить для нього засобами ідентифікації. З іншого боку, індивідуальні уявлення співвідносяться одне з одним найбільш інтенсивно в момент масової комунікації, що можуть забезпечити ЗМІ (поряд з іншими явищами духовної сфери), і, отже, образ Криму може стати уявленням колективної свідомості багатьох українців.

*Постановка проблеми.* У процесі формування засобами масової інформації медіаобразу такого мультикультурного регіону, як Крим, відбувається не просто відбір подій навколишньої дійсності, але насамперед повідомлення їх змісту, значимості, актуальності. Отже, образ Криму, створюваний пресою, телебаченням і радіо, – це засоби і можливість усвідомити себе в сучасній українській дійсності кожній людині.

Україна, як і багато країн світу, сьогодні переживає кризу ідентичності, однією з ознак якої стала зростаюча роз'єднаність серед населення України. Ідентифікація – процес досягнення ідентичності – залежить від ступеня освоєння ідентифікаційного коду, в якості якого виступає зміст і значення наявного потенціалу, або образ, що направляє процес ідентифікації. Особливості ідентифікаційної кризи українців полягають сьогодні в тому, що втрачено радянський ідентифікаційний код, а процес знаходження нового коду ще далекий від завершення.

Оскільки йдеться про загальноукраїнську ідентичність, необхідно враховувати багатонаціональний склад країни: Україна включає безліч національних культур, які належать різним народностям. Вищим рівнем соціокультурного самоототожнення українців є цивілізаційна ідентичність. Вона не просто позначає широкі самоототожнення індивідів з Україною (причому не тільки її громадян), але її фіксує соціокультурну самобутність української цивілізації. Саме цивілізаційна ідентичність України як граничний рівень її самоототожнення забезпечує значимість всьому різноманіттю культур країни. Проблема сучасного українського суспільства полягає сьогодні в тому, щоб знайти ті риси образу країни, які мають глибинну природу і являють її потенціал.

Україна, так само, як і інші країни, зіштовхнулася з кризою ідентичності. До того ж Крим як особливий регіон у складі України, переживає специфічні труднощі.

Криза ідентичності в країні виражена у недовірі, роз'єднаності, ціннісній дезорієнтації, поляризації всього українського суспільства. Можна сказати, що сьогодні багато кримчан перебувають у пошуку ідентифікаційного ядра своєї країни.

Після повернення до Криму багатьох депортованих народів, насамперед кримських татар, а також вірмен, греків, болгар, німців, поляризація на півострові стала особливо гострою. Однак для єднання, спільності людей різних національностей, культур, конфесій на єдиному інформаційному просторі необхідний якийсь ключ, якийсь надзміст, інформаційне поле, на якому може бути почуто голос окремої людини.

Відповідно до цього необхідно було чітко розмежувати полікультурну й національну ідентичність Криму. Національна ідентичність України (ідентифікація її як нації) відповідає міжнародним стандартам і сприяє розвитку відносин з іншими країнами. Однак її сьогоднішнє становище є досить уразливим на фоні політичної роз'єднаності, погрози розмивання (аж до буквального) державних кордонів в умовах глобалізації й посилення процесів регіоналізації і міждержавної конкуренції за регіональне лідерство.

В Україні існують очевидні протиріччя між інтересами етносів (етнічних груп), які декларують прагнення до створення національних автономій, проголошення незалежних держав, протиріччя усередині них, між ними, нарешті, протиріччя з унітарним (де-юре) статусом держави.

При всьому різноманітті представлених на українському просторі етносів у країні не існує етнокультурної єдності.

Сьогодні, коли границі держав перестали бути перешкодою для міграції, обміну інформацією, руху капіталів, важливо вибудувати в першу чергу соціокультурну ідентичність більш високого порядку для подолання ідентифікаційної кризи і для розвитку як особистісної, так і громадянської ідентичності. Саме цивілізаційна ідентичність України (і Криму як її невід'ємної частини), яка полягає в її багатонаціональності й багатоконфесійності, може послужити інтегральним полем спілкування представників різних культур і тим самим сприяти розвитку індивідуальної поліідентичності для досягнення почуття спільності не тільки із собою й суспільством, але й зі своєю національністю й культурою, з усією країною й усім світом.

Основною особливістю образу є його принципова незведеність до сукупності окремих образів. Не світ образів як окремих почуттєвих вражень, не пов'язаних між собою, а внесок цих образів у загальне сприйняття дійсності і, отже, в образ світу як *цілісне утворення* орієнтує людину в його повсякденному житті. Так і відбувається пізнавальний процес у людини, фоном якого виступає цілісний образ навколишнього світу. У результаті процесу пізнання кожен новий образ, що вступає у свідомість людини, доповнює, а також деталізує, виправляє, у чомусь видозмінює й збагачує вже наявний образ світу.

Образ навколишнього світу не залежить від почуттєвих вражень суб'єкта (амодальний), оскільки до нього входять невидимі властивості предметів (об'єктів), що осягають амодально-експериментом або мисленням, а також надчутливі компоненти, представлені в значенні і змісті. Тому, за визначенням О. М. Леонтьєва, образ – це система значень, або „п'ятий квазівимір” (на додаток до трьох просторових і тимчасових вимірів). Уявляючи себе в образі навколишнього світу, предмет (явище) розкриває свою

сутність, свій зміст, своє значення (призначення) і тим самим робить внесок у загальну картину реальності.

Образ Криму тому – це образ „особливого” світу, тобто цивілізації, переломлений свідомістю не тільки кримчан, але й усіх, хто ідентифікує себе з Кримом, і наповнений для його жителів конкретним змістом і значенням. Інакше кажучи, образ будь-якої країни, нації, етносу – це результат особливої інтерпретації зовнішнього світу в рамках власної культури.

Процес інтерпретації подій реальної дійсності допомагає орієнтації в навколишньому світі, особливо в кризові моменти, спалахи міжнародних конфліктів, коли все навколо сприймається особливо гостро й болісно. Нагадаємо, що історія міжнародних відносин у Криму має безліч прикладів таких ситуацій, що викликали різкі зміни й потребували від населення нової адаптації до соціальної реальності.

Грунтуючись на факторах, що визначають розвиток національного характеру, можливо побачити в них структурні компоненти (характеристики) медіаобразу Криму, які відтворюються як константа на кожному новому етапі „збагачення” інформаційного простору духовними продуктами, у тому числі журналістськими текстами. Виступаючи в ролі універсального комунікатора й інформатора, ЗМІ в процесі висвітлення різних ситуацій можуть об’єднати й заповнити „значеннєвий простір” країни, сприяючи тим самим інтеграції в кримське співтовариство. Забезпечуючи населення півострова інформацією, ЗМІ розглядають свою аудиторію як спільність, організовану в часі, і працюють з кожним її фрагментом, а це ріднить інтегруючу функцію ЗМІ з розумінням Криму, сприяє цивілізаційній ідентичності населення. До того ж той чи інший текст, трансльований масовими інформаційними каналами, стає засобом залучення аудиторії до єдиного значеннєвого простору.

Досліджуючи образ Криму в ЗМІ, необхідно досліджувати ті ситуації, ті моменти кримського життя, відображені в пресі, які б могли об’єднати жителів півострова. При цьому важливо пам’ятати, що інтерпретація журналістами дійсності як спосіб орієнтації в моменти кризових ситуацій дає аудиторії можливість не втратити зміст подій, не втратити себе, своє місце у світі, а отже, сприяє ідентифікації населення.

Для аналізу процесу втілення образу Криму в журналістських публікаціях, що виходять в умовах суспільної напруги, доцільно зупинитися на матеріалах періодичної преси, оскільки газетна інформація представлялася більш оперативною, розширеною і достовірною.

До числа досліджуваних видань були включені ті, які претендують на охоплення значної частини кримської аудиторії. Період спостереження за масивом текстів: з 2005 по 2007 рр. включно. Всього прочитано й проаналізовано більше 1000 матеріалів як у суспільно-політичних виданнях, так і матеріали, опубліковані в етнічних газетах Криму.

Виявити образ країни в медіатекстах досить складно. Притому що компоненти, які створюють медіаобраз, присутні в матеріалах ЗМІ практично завжди, проявляють вони себе у кожного автора по-різному, і це створює значні труднощі при розробці методики аналізу текстів.

Як показало вивчення текстів газет у досліджуваній період, границею, яка проходить між різними поглядами на події в Криму й на її окремі епізоди, які набули найбільшого резонансу, описом її діючих осіб стає саме система морально-етичних уявлень. Приклади: події у Феодосії й Сімферополі, відомі як акція ряду політичних сил

„Крим проти НАТО”, конфлікт навколо ринку в м. Бахчисараї, у якому переплелися релігійні, міжетнічні й відверто комерційні інтереси (літо 2006 р.), конфлікт із самозахощенням земельної ділянки на вул. Балаклавській у м. Сімферополі (зима 2006-2007 рр.)

Етична й етнічна компонента розділяє зовсім несподіваних представників суспільства. Суспільство починає ділитися за принципом „свій-чужий”. Етичний й етнічний поділ проникає й усередину суспільно-політичних структур, а саме правоохоронних органів, політиків, які представляють різні партії, і, як правило, журналістів різних видань.

Медіа - тексти складаються з окремих слів і пропозицій синтаксично, а логічно – із суджень, описів фактів, моделей поведінки. Можна сказати тому, що ЗМІ є сьогодні творцем не просто змісту, але й певної ціннісної *системи*, яка поки ще не має чіткого опису. Однак саме вона й створює образ регіону в цілому – є гуртуючим або навпаки розділюючим елементом у структурі створюваного всіма ЗМК медіаобразу Криму.

Завдяки оцінній семантиці, яка виражає морально-етичний аспект порушеної теми й використовуваної журналістом на адресу тієї чи іншої структури або персонажа, стає видимою опорна ідея та система цінностей, якої дотримується автор. Моральна відповідальність журналіста, який пише на теми етнічної конфронтації, повинна бути особливо високою. Зайва емоційність і гіперболізація подій нерідко призводить до сумних наслідків, коли в читачів і глядачів з'являються ознаки ксенофобії і нетерпимість (аж до ненависті) до людей іншої національності.

Коли справа стосується висвітлення конфліктних ситуацій, його характерною рисою є те, що заголовки багатьох матеріалів цитують різкі, нетерпимі висловлювання з обох сторін, а у читача виникає почуття незахищеності, невизначеності, що нерідко призводить до агресії.

Замість об'єктивно так необхідного процесу інтеграції суспільної свідомості виявилася ще більша роз'єднаність: з'явилися матеріали про хвилю антитатарських настроїв, що стали неадекватною реакцією частини аудиторії на те, що відбувається. Політики, які називають себе „патріотами Криму”, виступали із заявами, які, незважаючи на численні обережні застереження, мали скоріше деструктивний роз'єднувальний характер.

Спроба ідентифікації кримчан у досліджуваних текстах супроводжувалася відмежуванням і відокремленням, тобто пошуком протилежного, створенням „образу ворога”. Ці історичні події наочно продемонстрували, наскільки образ Криму, частина проєкції цілісного образу країни, має не теоретично-відволікаюче, а цілком конкретне прикладне значення, будучи фундаментом для консолідації й стабілізації суспільства і одночасно розвиваючись, деталізуючись у процесі її (консолідації) досягнення.

Роль журналістів у досягненні цієї всеосяжної мети полягає в тому, що вони хоча й не можуть відновити всю картину і не завжди можуть домогтися покарання винних у тому чи іншому загостренні ситуації осіб, але вже самим фактом обговорення цих подій створюють необхідне поле спілкування і тим самим актуалізують образ Криму.

*Висновки.* Оскільки в Україні в її існуючих границях єдність, скоріше, є адміністративною, ніж ціннісною, процес ідентифікації кримчан ускладнюється. До того ж журналісти, у гонитві за сенсацією або прагнучи випередити конкурентів, працюють в оперативних умовах і не завжди можуть прорахувати віддалені наслідки. Не можна виключати й вагомий фактор так званої редакційної політики, тобто думки засновника,

або політичної сили, інтереси якої розділяє, а нерідко й відстоює ЗМІ. Тому ідентифікаційний процес у Криму, який знаходиться під впливом ЗМІ, відбувається набагато повільніше, ніж це могло бути при усвідомлено-консолідуючому, а не інтуїтивному журналістському або конфронтаційно-політичному підході до формування медіаобразу Криму.

Усвідомленість не означає постійний контроль свідомості в момент творчості, вона припускає знання журналістом можливостей, особливостей створення образу Криму, а також наслідків реалізованих зусиль -- у прагненні зробити регіон привабливим не лише для туристів з різних країн, інвесторів і фінансових аналітиків, але, більшою мірою, для громадян України жителів півострова.

**Кондратская В.Л. ПОЛИКУЛЬТУРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ОБРАЗА КРЫМА В СМИ**

*В статье представляется обзор основных концепций, связанных с проблемой отображения СМИ Крыма наиболее резонансных ситуаций в жизни полуострова. Выстраивается системный подход к исследованию проблемы создания образа Крыма.*

*Ключевые слова: поликультурный, идентификация, создание образа*

**Kondratskaya V.P. THE POLY CULTURAL CONTENTS OF AN IMAGE OF CRIMEA IN MASS-MEDIA**

*The article is devoted to review of the basic conceptions, which are related with the problem of display of mass-media of Crimea of the most resonant situations in a life of peninsula. The system approach to research of a problem of creation of an image of Crimea is built.*

*Key words: polycultural, identification, creation of an image*

*Поступила до редакції 07.02.2007 р.*