

Р. ОФІЦІНСЬКИЙ (Ужгород)

***УКРАЇНА У ЗАРУБІЖНИХ МЕДІАПУБЛІКАЦІЯХ (1991–2004):
ДЖЕРЕЛОЗНАВЧІ АСПЕКТИ***

Як засоби досягнення певної мети і задоволення суспільних потреб, писемні історичні джерела виникають у процесі цілеспрямованої діяльності. Тому в основу їхньої класифікації зазвичай кладуть два критерії: формально-функціональний та за принципом походження. За походженням, змістом, специфікою викладу вони диференціюється на чотири групи: 1) документи органів державної влади і об'єднань громадян; 2) мемуарні твори і політичні трактати державних і громадських діячів; 3) наукова, навчальна і довідкова література; 4) медіапублікації (аналітична і художня публіцистика).

Як відомо, кваліфікований публіцист не обмежується донесенням до читацького загалу цікавих невідомих фактів [1]. Він ставить їх у контекст суспільного розвитку і прогнозує можливі варіанти майбутнього. Преса належить до найважливіших з опублікованих першоджерел [2]. Цінність газет обумовлена тим, що, по-перше, вони відображають усі значні політичні та соціальні ідеї свого часу (погляди істеблішмента в конкретний момент з урахуванням необхідних поправок на тенденційність), по-друге, щоденно

фіксують поточні події (нині важливі рішення частіше передаються телефоном, тому дані, добуті журналістами неофіційно, є часто єдиним писемним свідченням), по-третє, час від часу друкують результати ретельних розслідувань.

Примітною ознакою нинішньої доби стало використання інформаційних ресурсів Internet, різноманітних за мовною і видовою ознаками. Цей новий корпус джерел підняв історичні студії на вищий ґрунтовніший рівень осмислення суспільних процесів, ефективно усуваючи фактологічні прогалини. В останню третину ХХ ст. відбулася чергова глобальна наукова революція, що народила інформаційну цивілізацію. У світі проходить суттєвий перерозподіл інтелектуальних і матеріальних ресурсів на користь вироблення інформаційного продукту. Комунікаційний вибух характеризувався на середину 1986 р. такими світовими параметрами – близько 30 тис. радіо- і телестанцій, більше 1 млрд. приймачів і понад 0,5 млрд. телевізорів, 8,2 тис. щоденних газет загальним разовим тиражем 440 млн. прим. і 1,7 тис. назв книг щодоби [3]. Тільки на пропаганду закордоном США щорічно тоді тратили майже 5 млрд. дол., у т. ч. 1 млрд. по лінії Інформаційного агентства. У цій сфері працювало більше 350 тис. чол.

Стрімкий розвиток інформаційних технологій привів до широкого розповсюдження нових електронних засобів масової комунікації. У 1980-х виникла всесвітня мережа Internet, яка започаткувала співтовариство інформатизованих суспільств. Суттєво розширився вплив традиційних друкованих видань, аудіо- і відеопродукції, радіомовлення і телебачення. Протягом 1990-х в Україні оформився їх специфічний тип – мас-медіа перехідного суспільства. У 1988–1992 рр. вони виступили проти державної системи, відіграли ключову роль у розпаді СРСР. Згодом dokonаним фактом стали неконтрольована монополізація ЗМІ, залежність журналістів від олігархічної влади. Відкритий доступ до WWW (Word Wide Web) започатковано у грудні 1991 р. За кілька років утвердився він і на українських теренах. Швидко унаочнився й матеріалізувався реальний статус глобалізованої інформаційної індустрії, нове співвідношення політики і економіки. Для розвитку цивілізації значення інтернету рівнозначне відкриттю і освоєнню Америки п'ять століть тому. Живучи в умовах третьої (після аграрно-ремісничої та індустріальної) соціотехнологічної революції – інформаційно-комп'ютерної, історик будь-якого контексту дістав колосальний масив джерел.

Найбільшу вагу мають вітчизняні та зарубіжні сайти друкованої періодики, органів державної влади і науково-дослідних інституцій. Національні інформаційні ресурси є результатом інтелектуальної діяльності, зафіксовані на матеріальних носіях і мають споживчу цінність (політичну, економічну, соціокультурну тощо) [4]. Перші інтернет-видання з'явилися у Центрально-Східній Європі на початку 1996 р., а незабаром стали невід'ємною частиною медійної мережі України [5]. Про це свідчать, зокрема, архіви повних електронних версій потужних національних друкованих органів. Осібно можна вести бесіду про контекст-проекти – електронні газети, енциклопедії тощо. За маркетинговими оцінками, в 2000–2004 рр. серед населення України (близько 48 млн. чол.) послугами інтернету користувалося від 400 тис. до 4 млн. чол. (Українська правда, 25 березня, 3 липня 2003 р.). Приблизно чверть із них –

постійно. Частка українських користувачів значно менша, ніж у розвинених країнах, але як у Бразилії, Аргентині та Росії. Це 28 місце в Європі та 45-е в світі. Для порівняння – у США 154 млн., а разом у світі 400 млн. Найбільше у Швеції (62 % населення), найменше в Індії (1 %).

Журналістські проекти всесвітньої павутини почали сприймати нарівні з традиційними медіа завдячуючи США: після оприлюднення у 1998 р. матеріалів про скандальний зв'язок президента Білла Клінтона і стажистки Білого дому Моніки Левінські. В Україні вибух у ставленні до інтернету як дієвого інструмента розблокування перепон свободі слова спричинила "справа Гонгадзе" 2000 р. У листопаді 2004 р., коли відбулися два тури президентських виборів і почалася "помаранчева революція", українська інтернет-аудиторія збільшилася порівняно з жовтнем на 39,6 %. Користувачів, які протягом місяця хоча б один раз відвідували мережу, досяг 5 млн. 566 тис. 897 чол. (Українська правда, 14 грудня 2004 р.). Проте Україна мляво представлена в інтернеті. Фактично не задіяна система розповсюдження інформації за кордоном. Тому образ України відповідав ідеальній моделі слаборозвинутої країни третього світу, а політичні й економічні відомості про неї були переважно негативними. За винятком спортивних досягнень, не спостерігалось популяризації науки і технології, мистецтва в їх найвищих проявах.

Стосовно міжнародних відгуків на події в Україні 1991–2004 рр., то суттєвим джерельним масивом є відповідний вітчизняний та російський моніторинг, акумульований у спеціалізованих інтернет-виданнях. Цінний перекладний матеріал зібрано американським Інститутом демократії ім. П. Орлика, що підтримувався українською діаспорою. У пригоді, зокрема, інформаційно-аналітичні сайти, де оглядаються публікації західноєвропейських і північноамериканських медіа. Ряд із них склали українську мережу новин – "Українська правда", "Кореспондент", "СвітЮА", "Про нас: Україна очима світу" (працював кілька місяців 2001 р.), Part. org. ua (нині на консервації). Гарну послугу дають українські служби радіо ВСС (Великобританія), Deutsche Welle (Німеччина), Radio Free Europe /Radio Liberty (США) та ін. До якісних російських інформаційних порталів належать "Зарубежная печать о России", "ИноСМИ.Ru", "Мировые дискуссии".

Окремої згадки заслуговує незалежна інформація і аналітика США. Значний українознавчий джерельний ресурс традиційно акумулюють провідні теле- і радіокомпанії США – CBS-News, CNN, NBC-News. Серед друкованої періодики, де приділяється достатньо уваги Україні – впливові газети Washington Post, Washington Times, New York Times, Wall Street Journal, Chicago Tribune, Boston Globe, Los Angeles Times, журнали Time, Newsweek та ін. Всі вони мають чи не взірцеві інтернет-версії.

У цілому міжнародний потік інформації останніх десятиліть складають зміни: влади і ресурсів, цінностей і сприйняття, національних і міжнародних систем. Причому більшість новин іде від розвинутих країн до тих, що розвиваються. Вони продукуються і розповсюджуються крупними або ж глобальними інформаційними агентствами – BBC і Reuters (Великобританія), AFP (Agence France Presse, Франція), CNN і AP (Associated Press, США). На дисертаційному рівні доведено, що "велика трійка" (Reuters, AFP і AP)

залишаються найпотужнішими [6]. Протягом 1990-х на них припадало більше 80 % новин, якими щоденно оперували світові ЗМІ. Деякі з крупних газет підтримували власні інформаційні служби (Times, Financial Times, Monde, Washington Post, Wall Street Journal). Ясна річ, на порядку денному часто стояв сумнів з приводу об'єктивності та неупередженості у відборі новин. Зорієнтованість українського відділення Reuters, наприклад, полягала у "продажу України" західним інвесторам і медіа. Отже, відстежувалися лише декілька ключових тем: Чорнобиль, урожай, зовнішні зобов'язання і макропоказники.

Deutsche Welle із першого виходу в ефір 3 травня 1953 р. презентує себе сучасною комунікацією. Фінансується урядом ФРН і тримається на трьох "стовпах": телеканал (DW-TV), радіостанція (DW-radio), інтернет-портал (dw-world.de). У Бонні та Берліні над програмами, приміром, у квітні 2003 р. працювали 1,5 тис. співробітників-представників 60 націй. Федеральний закон про "Німецьку хвилю" визначив її програмні засади: "подавати споживачам інформації за кордоном повноцінну картину політичного, культурного і економічного життя в Німеччині, а також представляти й пояснювати німецьку позицію з важливих питань". Починаючи з літа 2001 р., українська служба вдвічі збільшила мовлення (із 30 до 60 хв щодоби) через масове обмеження свободи преси в Україні. Типові приклади зафіксовано в офіційних заявах США і ЄС про переліцензування київського радіо "Континент", де виходили в ефір "Німецька хвиля", "Бі-бі-сі", "Голос Америки".

В Україні жадібно слухали "Свободу" у серпні 1991 р. – у дні спроби державного перевороту. Українські передачі радіо Radio Free Europe /Radio Liberty надалі тривали п'ять годин на добу [7]. На відміну від Voice of America, головне призначення котрої у висвітленні політики Сполучених Штатів з усіма її інститутами, "Свобода" намагається зосередити увагу на розвитку подій у Східній Європі. У цих країнах вона грає три функції: знайомить із новинами, поширенню котрих перешкоджає місцева влада; попереджає приховування невігідних владі новин; допомагає аудиторії перебороти радянський стиль життя. Українська служба радіо BBC розпочала мовлення 1 червня 1992 р. Нині хронометраж її мовлення 14 год. 20 хв. Усі програми висилаються "вживу" зі студії в Лондоні.

Висока повага до журналістики склалася на Заході історично. Більшість впливових видань мають тривалу біографію. Так, гранду журналістики Neue Zürcher Zeitung близько 230 років. Найстаріша газета Швейцарії належить до найбільш інформованих видань Європи. Це настільна газета провідних політиків німецькомовних країн. Майже шоста частина її тиражу розходиться за кордоном [8]. В Україні також розташувався кореспондентський пункт в особі Астрід Коль. Після появи у Financial Times проблемних статей щоразу спостерігається бурхлива реакція української влади. У Києві невідлучно "чергують" її сумлінні журналісти. Власне, сама Financial Times навіть зачекалася спеціального українознавчого дослідження. У британських газетах (Guardian, Independent та ін.) часто з властивим англійцям чорним гумором українські сюжети (участь у торгівлі зброєю з країнами-ізгоями і т. п.) вплетені в канву загальносвітової геополітичної ситуації.

У Німеччині існують кілька загальнонаціональних газет, але ринок преси найбільше насичений на регіональному рівні. Без *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Süddeutsche Zeitung*, *Welt*, *Spiegel*, *Zeit*, важко уявити сучасне німецьке суспільство. *Frankfurter Allgemeine Zeitung* найпопулярніша у середовищі лідерів громадської думки – людей, які ухвалюють рішення в економіці та держуправлінні. У газеті за неповних два роки (від початку 2003-го) про Україну згадала у 485 матеріалах: присвячених їй безпосередньо або у контексті ширшої теми.

До українських тем зарубіжної преси відразу ж пробудилася й біжуча джерелознавча та історіографічна цікавість. Один із типових прикладів. Корнеліус Охманн, референт крупного німецького видавництва науково-дослідного профілю Бертелсманна з Гутерслога, побудував сюжет демократичних і ринкових перетворень в Україні на східноєвропейському тлі, активно послуговуючись публікаціями *Neue Zürcher Zeitung*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung* і *BIOst Aktuelle Analysen* [9].

Більшість газет у Франції (понад сто щоденників) знаходилися у приватній власності і не зв'язані з політичними партіями. Потужний вплив зберігають за собою *Monde*, *Liberation*, *Figaro*, *L'Ouest France*. На початку XXI ст. обсяг продажу загальнонаціональних видань зменшився, а популярність регіональних зросла.

Політичні процеси незалежної України скрупульозно відстежувала плеяда західних аналітиків Андріан Каратницький і Владімір Сокоп (*Wall Street Journal*), Стівен Ерлангер, Патрік Тайлер і Майкл Вайнс (*New York Times*), Шарон Лафраньєр, Пітер Бейкер і Андерс Ослунд (*Washington Post*), Наталія Федущак (*Washington Times*), Мері Мисьо і Робін Діксон (*Los Angeles Times*), Христина Лапішак, Ліда Полетц, Фред Вейр, Ейрі Фарнам і Скот Петерсон (*Christian Science*), Джеффри Йорк (*Globe and Mail*), Аскольд Крушельницький (*Daily Telegraph*), Христя Фріланд, Стефан Вагстіл, Чарльз Кловер і Том Ворнер (*Financial Times*), Гілз Віттелл (*Times*), Ян Трейнор (*Guardian*), Патрік Кокберн (*Independent*), Гізберт Мрозек (*Berliner Zeitung*), Герхард Гнаука і Александер Пар (*Welt*), Матіас Брюгманн (*Handelsblatt*), Томас Урбан (*Süddeutsche Zeitung*), Астрід Коль (*Neue Zürcher Zeitung*), Наталі Нугаред (*Mond*), Лоран Ніколет (*Temps*), Луїс Матіас Лопес (*Pais*), Фабріціо Драгосеї (*Corriere della Sera*) та ін.

Заступник головного редактора *Financial Times* Христя Фріланд – українка за походженням. Галичанин Богдан Осадчук (1920 р. н.) мешкав у Берліні з 1939 р. Німецькій громадськості більше відомий під псевдонімом Alexander Korab, під яким протягом півстоліття працював східноєвропейським коментатором *Neue Zürcher Zeitung* і західноберлінської *Tagesspiegel*, вів "Українську хроніку" в польському журналі "Культура" у Парижі. Він професор Берлінського вільного університету з 1966 р. Став дуже відомий у Польщі як один з авторів польсько-українського примирення.

Не відставав шведський економіст Андерс Ослунд, чільний співробітник *Carnegie Endowment for International Peace*, економічний радник українського уряду (1994–1997) і автор блискучих книг про економіку незалежної України [10]. Німецький політолог Александер Пар був директором програм по Росії та СНД у Німецькому товаристві зовнішньої політики (Берлін). Військова історія і

національна ідентичність – спеціалізація Анатолія Лівена, колишнього кореспондента Times у Москві [11]. Далі він редагував журнал Strategic Comments (Міжнародний інститут стратегічних досліджень у Лондоні), працював старшим науковим співробітником Фонду Карнегі. За русофільські симпатії дехто охрестив тенденційними його нариси "Україна і Росія: братерська непримиреність" (1999).

І навпаки. Американський антрополог Кетрін Ваннер тривалий час (1990–1996) провела в Україні, подорожуючи різними регіонами. Її книжку "Тягар мрій. Історія та ідентичність у пострадянській Україні" (1998) вибагливі україністи зустріли вельми прихильно [12]. Підкупив збалансований виклад. Анна Рейд закінчила Школу славістики і східноєвропейських студій Лондонського університету [13]. У 1993–1995 рр. працювала у Києві кореспондентом двох британських часописів Economist і Daily Telegraph. Герхард Ґнаук (1964 р. нар.) студіював східноєвропейську історію, славістику і політологію у Майнці та Західному Берліні з 1999 р. працював кореспондентом Welt у Варшаві, спеціалізуючись на Польщі та Україні.

Інший варшавський кореспондент Томас Урбан із впливової Süddeutsche Zeitung дохідливо роз'яснив редакційну тактику Заходу. Дуже складно знайти в газеті місце для України. Вимагається конкретний привід: канцлер їде до Києва чи президент до Берліна. Але завжди, крім Чорнобиля, можна торкнутися таких тем як письменницькі візії, Західна Україна, Львів, Галичина. Ваблять традиційні історичні зв'язки з цим регіоном. Як на экс-кореспондента першого каналу німецького телебачення у Москві Томаса Рота, німців дуже цікавить економічний розвиток України, приміром, чи вдасться зменшити енергетичну залежність від Росії. Приваблюють політичні відносини. Але українська опозиція певною мірою незрозуміла: роздрібленість, непереконаливі особистості. Німецьке око звикло до чіткої картини.

Т. Урбан переконаний: з Варшави Україну видно інакше, ніж з Москви [14]. Він працював в обох столицях. Про сусідню країну кореспондент отримує перші повідомлення із місцевих ЗМІ: у Москві – через російські медіа, у Варшаві – через польські. Поляки повідомляють дуже детально й об'єктивно, чого бракує росіянам. Тому, як і Süddeutsche Zeitung, інші впливові німецькі газети Frankfurter Allgemeine Zeitung, Frankfurter Rundschau і Welt теж писали про Україну з Варшави, а не з Москви. До речі, аби не дивитися через "московські окуляри" на балтійські держави – Естонію, Латвію і Литву, Frankfurter Allgemeine Zeitung друкувала матеріали свого співробітника зі шведської столиці Стокгольма.

Перед початком крупних подій, зокрема виборів, поважні видання відсиляли у Київ спеціальних кореспондентів. Так, іспанка Пілар Бонет (Pais) про Україну писала з 1986 р., від часу Чорнобильської аварії. Із початком помаранчевої революції інтерес до її статей зріс неймовірно. Важливі публікації західних мас-медіа на українську тематику мали чималий розголос в Україні не тільки в перекладній інтернет-іпостасі, але в постійному супроводі якісних вітчизняних газет і журналів, зокрема, "День", "Політика і культура", "Галицькі контракти", "Дзеркало тижня", "Високий замок" та ін. Не кажемо вже про англomовну пресу, як Kyiv Post (виходить із 1995 р. під орудою бізнесмена Д.

Сандена). Американцю належить і відомий "Кореспондент".

Важливим джерелом для цієї роботи стали оперативні публікації зарубіжної наукової періодики США – Foreign Affairs, National Interest, Великобританії – Jane's Intelligence Review, Франції – Monde Diplomatique, Німеччини – Osteuropa, Росії – "Современная Европа", "Полис", "Новая и новейшая история". Між іншим, у системі Російської академії наук активно діє Інститут Європи (засновано 1998 р.), на котрий в Україні чомусь забракло сил.

Попри певну джерелознавчу неконкретність ґрунтовну студію міжнародного іміджу України здійснив Український центр економічних і політичних досліджень ім. О. Разумкова [15]. Вперше зроблено комплексний підхід і сформульовано пропозиції. Вивчали проблему й дипломати. Зокрема, член-кореспондент НАНУ, посол в Італії В. Євтух і другий секретар посольства В. Саблук проаналізували принципи висвітлення української тематики у країні перебування [16]. У цілому нема особливої небезпеки у хибності зарубіжних оцінок, бо внутрішню економічну і політичну недолугість незалежної України не перевершить жоден зовнішній фактор. Завше не вистачало вихідних даних – розвинута демократія, дотримання прав людини, зростання добробуту, поважне місце національного господарства у світовій економіці.

Позитивний потенціал зарубіжних ЗМІ блокували стереотипи, які глибоко засіли політичній свідомості пересічних українців. Це – боротьба як створення (з реальними і надуманими ворогами), безуспішність (відмова захищати свої права), рівність у споживанні, деактуалізація цінностей. Позитивний імідж держави не буде фактом міжнародного інформаційного процесу, допоки не стане фактом внутрішньої самооцінки суспільства [17]. Тому сумнівною є теза про те, що західні ЗМІ, тиражуючи переважно негатив про Україну, виконують замовлення недругів і конкурентів. Саме вітчизняні інтелектуали виступили джерелом офіційних і неофіційних світових версій української дійсності.

Проведений аналіз у 2000 р. понад 1,2 тис. матеріалів закордонних ЗМІ засвідчив, що негативними характеристиками політичної системи України виступили корупція державних структур, нерозвиненість громадського суспільства, неувага держави до пересічних громадян і до свого іміджу [18]. Зокрема, політичні партії та громадські організації не стали надійними ланками зворотних зв'язків між владою і суспільством. Об'єктом оригінального дослідження російських географів стали "якісні" зарубіжні газети. Контент-аналізом оброблено більше 20 тис. статей, поданих американською Washington Post (6437), французькою Monde (7554) і німецькою Berliner Zeitung (5869) упродовж року (жовтень 2000 – вересень 2001) [19]. Зазвичай внутрішньополітичне життя країн, що не входять у світове "ядро", цікавить західні газети, коли спалахують кризи, конфлікти і міжусобиці. У цьому плані Україна тоді мала сприятливі умови для прискіпливої уваги – "справа Гонгадзе". Але серйозного інформаційного прориву не сталося. Україна за числом присвячених їй публікацій не потрапила у першу двадцятку країн. Її частка в інформаційному масиві нижча 1 %. Росія, навпаки, не випала з "десятки" із долею в 3 %.

Так само під контент-аналіз потрапили 547 повідомлень у найбільших американських і британських періодичних виданнях із 1 січня 2000 до 31

березня 2001 рр. [20]. Саме цей відрізок часу кардинально змінив український суспільний ландшафт. Відбулася чергова кристалізація стереотипних уявлень. По-перше, висвітлено здебільшого негативні аспекти політичного життя, по-друге, президент України перетворився на головний об'єкт постійної критики. Показово, що преса Великобританії та США за увесь 2000 р. присвятила Україні менше статей, ніж за перший квартал 2001 р. (багатий на гучні скандальні події) – 227 проти 320. Водночас імідж українців відмінний від негативного образу держави. Найчастіше витримана лінія про дуже талановиту і освічену націю, що постраждала від Чорнобильської катастрофи. Це звичайна європейська нація з усіма позитивами і недоліками.

У 2001 р. дві зовнішньополітичні події дали виключно позитивне тло – березневе головування України у Раді безпеки ООН і червневий візит папи Івана Павла II. Водночас ця увага була викликана не стільки інтересом до самої країни, скільки до діяльності міжнародного органу (у першому випадку) чи видатної особи (у другому). Тому закордоном не помітили ряд міжнародних ініціатив України як непостійного члена Ради безпеки (2000–2001), а також на рівні глав держав і урядів.

Із листопада 2001 по лютий 2002 р. австрійські учені провели тематичне соціологічне дослідження. Переважання негативних оцінок України впливало з відсутності іншої інформації, крім скандальної. Всього опитали 1,5 тис. відомих політиків, ведучих журналістів, а також керівництво великих міжнародних корпорацій з 19 країн – 15 країн-членів ЄС, Швейцарії, Норвегії, США і Канади. 79 % розцінили імідж України як негативний. 77 % вважали, що вона робить дуже мало для його поліпшення. "Німецька хвиля" провела у квітні 2004 р. на вулицях Бонна нерепрезентативне опитування "Якою бачать Україну німці? Що знають про неї?" [21]. Для більшості німців це – бідна понівечена країна (люди заробляють мізер, багато безробіття), що колись була частиною і житницею Росії. Ця країна з давньою європейською культурою ніяк не стане на ноги, бо розвивається дещо хаотично і демократія під загрозою. Крупні корективи вніс президентський марафон-2004. Приміром, New York Times від початку виборчої кампанії (3 липня 2004 р.) і до 6 січня 2005 р. надрукував 281 статтю, де згадувалася Україна, а за такий же минулорічний період – 27. Вони вирізнялися приязною тональністю до демократичних перспектив українців, які не скорилися авторитаризмові [22].

Поширення у світі образу надійного і передбачуваного партнера належить до провідних функцій Української держави, що виконувалися слабо. Захист репутації помітний поодинокими зусиллями, зазвичай, окремих дипломатичних місій. У 1992-му їх було 26, 1996-му – 68, а 2004 р. – 91 у 69 країнах. Для ефективного впливу на західну громадськість, до прикладу, пробували задіяти Францію. З ініціативи президентів обох країн виник Французько–український форум. Однак вітчизняні чиновники чомусь вичікували, втрачаючи гарну нагоду знайти в Європі поряд із Польщею ще одного сильного лобіста. Іншу ініціативу просто загальмували. Міжнародне французьке радіо запропонувало "звук дзвону, який злегка відрізняється від англосаксонських засобів масової інформації" і випуск бюлетня українською мовою (Свобода, 25 березня 2002 р.). Але у Національній раді з питань телебачення і радіомовлення в Києві відмовили

французам в окремому діапазоні та націлили на ретрансляційну співпрацю з ФМ-станціями.

Якщо вітчизняні експерти прагнуть посилення інформаційної складової міжнародного іміджу України, то їхні західні колеги віддають перевагу досягненню практичних результатів [23]. Адже все залежить від позитивних зрушень у суспільстві та потенціалу внутрішнього ринку. Глобалізація викликала інтенсивну міжкультурну комунікацію і спонукала кожна державу до активної культурно-інформаційної діяльності за кордоном. Однак в інформаційному просторі України домінували іноземні виробники. Потік із Заходу в Україну не зустрічав значних перешкод, а зворотній – практично відсутній.

1 серпня 1991 р. після московських зустрічей президент США Джордж Буш-старший прибув у Київ. У сесійній залі Верховної Ради він "в одному з найдивовижних речень, коли-небудь сказаних президентом до людей, палаючих прагненням до незалежності" [24] застеріг присутніх: "Америка не даватиме допомоги тим, хто сприяє самогубному націоналізмові, базованому на етнічній ненависті". Жваво й критично відреагували *New York Times*, *Newsweek*, *Washington Post*, *National Review*. Внаслідок Буш доручив радникові з питань національної оборони Брентові Сковкрофту виступити у *New York Times* 18 серпня 1991 р. на захист своєї позиції в Києві. За збігом історичних обставин це сталося за день до "спроби державного перевороту" в Радянському Союзі. І вже наприкінці вересня 1991 р. голову Верховної Ради Л. Кравчука чекала у Сполучені Штати вдячна мадрівка.

Всі безглуздя, котрі писала західна преса про Україну в 1992–1993 рр. чи не найкраще, за публіцистом Миколою Рябчуком [25], утілені в сумнозвісній фразі Абрагама Брумберга про "бридку" чи навіть "паскудну Україну", винесеній на обкладинку впливового двотижневика *New York Review of Books* (October 1992, № 22). У "виразно українофобському есеї" [26] співробітник Фонду Карнегі Дімітр Саймс у *New York Times* повів мову про нерозсудливий вчинок України мати власну армію і флот [27]. У свою чергу Андріан Каратницький улітку 1992 р. у *Foreign Affairs* розмістив статтю "Український фактор", де переконував, що підтримка демократії корисна не тільки для українців, але й для Заходу.

Валентин Королько [28] торкається питання тристоронньої домовленості між Україною, Росією і Сполученими Штатами в лютому 1994 р. про вивіз ядерних боеголовок, знищення пускових установок і гарантії безпеки. Однак належного ефекту від ядерного роззброєння (червень 1996 р.) чи закриття ЧАЕС (грудень 2000 р.), досягти не вдалося [29]. А запізніле прийняття бюджету на 1997 р. аж у червні було для світового співтовариства шокуючим.

Зарубіжні медіа відчутно вплинули на конституційний процес і зміст Основного Закону України [30]. Ця тема у 1996 р. щедро висвітлювалася російською пресою ("Независимая газета", "Коммерсантъ–Daily", "Правда", "Московские новости", "Труд"). Увага зосереджувалася на: загостренні стосунків між гілками влади (різне бачення розподілу повноважень і шляхів прийняття Конституції), позиції лівих і правих у Верховній Раді, кримському питанні та ймовірних варіантах колізій. Добре з'ясовано також роль

загальнонаціональних видань у парламентській та президентській кампаніях 1998–1999 рр. Визначено як деструктивні, так і конструктивні фактори впливу надрукованих матеріалів на громадську думку.

Уявлення світу про незалежну Україну формували не її власні засоби масової інформації, а провідні медіа інших держав. Час від часу елітарна світова преса проводила українські цикли інформаційних акцій, де інтереси великого бізнесу занурювалися у зовнішню політику [31]. Інформаційний фактор серед силових методів зовнішньої політики у 1990-х набув на Заході принципового значення. Не таємниця, що всіма провідними американськими медіа негласно володіють або безпосередньо впливають крупні промисловці та банкіри. Найширші зв'язки з фінансовими інститутами у газети New York Times, що виборола репутацію органу правлячих кіл.

Причому чільні газетярі Сполучених Штатів – не класичні журналісти, а зазвичай працівники державних установ. Власне, вони виступили промоторами про- чи антиукраїнських інформаційних акцій ("інформаційного впливу через треті країни", "інформаційного шпигунства", "моделювання ситуації"), які відчутно впливали на зовнішню і внутрішню політику України. Цьому присвячене дисертаційне дослідження. Зокрема, було обрано газети New York Times, Washington Times, Washington Post, International Herald Tribune, Wall Street Journal, Los Angeles Times, Boston Globe, Chicago Tribune, Christian Science Monitor. Дослідник Андрій Наджос виявив суттєвий вплив урядових структур на редакції, коли йдеться про зовнішню політику. Найбільшими "маніпуляторами", які концентрують, обробляють і поставляють інтерпретації, виступили державний департамент, Центральне розвідувальне управління і міністерство оборони.

Вакантна вітчизняна цілеспрямованість у зауваженому ключі додає сили зворотнім акціям [32]. Подеколи вона перетворювалася в інтенсивну короткочасну інтервенцію (антидемпінгові розслідування щодо українського експорту металів, роялті, права людини і т. п.) або довгострокову експансію (закриття Чорнобильської АЕС; корумпований образ бідної держави, щоб усунути конкурента у ракетно-космічній галузі, металургії тощо). Україна в значній мірі залишилася "під російською парасолькою", що маніпулювала її громадською думкою [33]. Подібний тиск властивий кожній розвиненій країні. Так, у держапараті США нині трудиться близько 15 тис. фахівців із масових комунікацій (public relations).

Не дивно, що формування іміджу НАТО в українській пресі відбулося за цікавою соціологічною формулою [34]. На момент підписання Хартії про особливе партнерство між Україною і НАТО у липні 1997 р. пройшло п'ять етапів: підготовка громадської думки, повідомлення про події (інформування), демонстрація аргументів (пропаганда), масована подача аналітики (підведення висновків), різке занедбання теми. Широко використані непомітні, але досить відчутні "інформаційні десанти" – ознайомчі поїздки до штаб-квартири НАТО для різних груп українських журналістів. Альянс давно усвідомив потребу залучення сили громадської думки посередництвом вдало проведених операцій. Консервативна Washington Times 26 березня 2002 р. вийшла на 38 сторінках. У рекламній "секції Д" був спеціальний чотиристорінковий матеріал про майже

ідеальну країну. Над знімком Верховної Ради заголовок "Україна напередодні виборів", а поруч інтерв'ю з президентом Кучмою, який волів бачити "реформістську більшість". Далі промовляв конгресмен Боб Шефер, який вимагав скасування щодо України положення закону про торгівлю Джексона-Веніка. Інтерв'ю з міністром економіки Олександром Шлапаком присвячене "Таємниці економічного росту України", а стаття "Залишайся в Україні, будь євреєм" – єврейському відродженню в Дніпропетровську. На другій сторінці реклами йшлося суто про парламентські вибори. Представлено 6 лідерів: Віталія Кононова, Володимира Литвина, Віктора Ющенка, Валентину Довженко, Петра Симоненка й Віктора Медведчука. Радіо "Свобода" 27 березня 2002 р. з'ясувала, що чотири рекламні сторінки у Washington Times коштували для американців 34 тис. дол., а для закордонних спонсорів чи представників іноземних інтересів перевищували 100 тис. дол.

Цілеспрямована інформаційна боротьба підсилює політико-дипломатичні зусилля. Прикладів чимало. Один є велелюбим. Виставку скіфського золота з колекції Національного історичного музею України, яка більше двох років (2000–2002) діяла у Сполучених Штатах, Канаді та Франції, відвідало понад 1 млн. осіб. Вона удостоїлася низки позитивних публікацій. Україні вкрай необхідні чужомовні видання – репрезентанти на міжнародній арені. На жаль, офіційний Київ утримався від аналогічних кроків. У державній фазі розвитку української нації чомусь забули про інформаційне лобіювання, хоча це роками проплачений бюджетом клопіт двох структурних підрозділів адміністрації президента: управліннь інформаційної політики і стратегічних ініціатив. Також існували Національний інститут стратегічних досліджень і Національний інститут проблем міжнародної безпеки, підпорядкованих президентові України та Раді національної безпеки і оборони. В їх компетенції моніторинг закордонної преси та інтернет-видань, представлення України у світовому інформаційному просторі.

* * *

За ментальні "полички" сучасного світу незалежна Україна змагалася неохоче. Її медійний образ відповідав слаборозвинутій країні. По-перше. Держава цікавилася своїм представленням закордоном епізодично. Причому лобіювалися не національні інтереси, а персональні, спровоковані жадобою втримати владу. По-друге. Впливова світова преса провела ряд українських циклів інформаційних акцій. Негатив переважив у перші роки незалежності та внаслідок політичної кризи 2000–2001 рр. Демілітаризація і денуклеаризація, дотримання демократичних процедур, економічне покращення дістали позитивний резонанс у другій половині 1990-х рр.

По-третє. Інформаційно-комп'ютерна революція включила Україну у світовий аналітичний простір. Посередництвом Internet мільйони українців підсилили свою належність до західної цивілізації, оскільки практично всі крупні публікації на українську тематику набували суспільної значимості у режимі реального часу. По-четверте. Нагромаджений джерельний масив засвідчив наявність у західних мас-медіа кваліфікованих авторів, що постійно й професійно стежили за подіями в Україні. Частина з них не стільки обдаровані журналісти, скільки серйозні вчені.

1. Романчук О. Історична публіцистика як складова системи державотворення та самоорганізації громадянського суспільства в Україні: Автореф. дис... канд. філол. наук. – Київ, 2001. – С. 8-11.
2. Тош Д. Стремление к истине. Как овладеть мастерством историка / Пер. с англ. – Москва: Весь Мир, 2000. – С. 65.
3. Зарубежная печать / Гл. ред. С. Лосев. – Москва: Политиздат, 1986. – С. 4, 8.
4. Стратегії розвитку України: теорія та практика / За ред. О. Власюка. – Київ: НІСД, 2002. – С. 657.
5. Цісак В. Преса в Інтернеті – Інтернет у пресі // Українська періодика: історія та сучасність / За ред. М. Романюка. – Львів, 2000. – С. 327-332.
6. Пантелеймонов О. Діяльність інформаційних агентств світу в умовах формування глобального комунікаційного простору: Автореф. дис... канд. політ. наук. – Київ, 2003. – 20 с.
7. Баландюк Н. Про що не говорить радіо "Свобода" // Людина і влада. – 2000. – № 7-8. – С. 80-85.
8. Іванов В. Типова швейцарська газета... // День. – 2000. – 15 грудня.
9. Ochmann C. Ukraine // Demokratie und Marktwirtschaft in Osteuropa / Hrsg. W. Weidenfeld. – Gütersloh: Bertelsmann, 1995. – S. 389-403.
10. Economic reform in Ukraine: the unfinished agenda / Ed. A. Aslund, G. de Menil. – Armonk: Sharpe, 2000. – XIV + 287 p.; Аслунд А. Розбудова капіталізму: Економічні перетворення у країнах колишнього Радянського блоку. – Київ: Дух і Літера, 2003. – 636 с.
11. Lieven A. Ukraine and Russia. A fraternal rivalry. – Washington: United States Institute of Peace, 1999. – XVI + 182 p.
12. Wanner C. Burden of dreams: History and identity in post-soviet Ukraine. – University Park: Pennsylvania State University, 1998. – XXVII + 255 p.
13. Reid A. Borderland: A journey through the history of Ukraine. – Boulder: Westview press, 2000. – XIII + 258 p.
14. Гончаренко В. Україна в німецьких ЗМІ // Німецька хвиля. – 2004. – 1 травня (www.dwelle.de/ukrainian).
15. Міжнародний імідж України: міфи і реалії // Національна безпека і оборона. – 2000. – № 3. – С. 2-68.
16. Євтух В., Саблук В. Формування іміджу України в Італії // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 1999. – № 3. – С. 165-175.
17. Сушко О. Україна в дзеркалі західних ЗМІ // Дзеркало тижня. – 2001. – 27 жовтня.
18. Міжнародний імідж України. – С. 2-44.
19. Колосов В. и др. Геополитическая картина мира в средствах массовой информации // Полис. – 2003. – № 3. – С. 33-49.
20. Бойко О. Зовнішньополітичний образ України та чинники його формування в друкованих англійських ЗМІ в умовах трансформації суспільства: Автореф. дис... канд. політ. наук. – Київ, 2001. – С. 13-14.
21. Гончаренко В. Україна в німецьких ЗМІ // Німецька хвиля. – 2004. – 1 травня.
22. Ворожко Т. Вчить англійську мову, товариші-політики // Українська правда. – 2005. – 6 січня (www.pravda.com.ua).
23. Міжнародний імідж України. – С. 45-52.
24. Кульчицький-Гут В. Три дні, які потрясли світом // Визвольний шлях. – 1992. – Кн. 3. – С. 290-311.
25. Рябчук М. Від Малоросії до України: парадокси запізнілого націєтворення. –

- Київ: Критика, 2000. – С. 16-27.
26. Кульчицький-Гут В. Про два табори і один імперіалізм // *Визвольний шлях*. – 1992. – Кн. 1. – С. 1326-1336.
 27. Simes D. Get tough with Ukraine // *New York Times*. – 1992. – 4 March.
 28. Королько В. Імідж України: стан і чинники формування // *Українське суспільство: десять років незалежності* / За ред. В. Ворони, М. Шульги. – Київ: Ін-т соціології НАНУ, 2001. – С. 246-259.
 29. Як нас сприймають у світі // *Політика і час*. – 2002. – № 3. – С. 3-22.
 30. Мамонтова Е. Фактор преси у конституційному процесі в Україні: Автореф. дис... канд. політ. наук. – Одеса, 2000. – 20 с.
 31. Габор Н. Імідж України та геополітичні концепції її становлення в новому світопорядку (за матеріалами англomовної американської преси 90-х років): Автореф. дис... канд. філол. наук. – Київ, 1996. – 20 с.; Наджос А. Інформаційні стратегії впливу американської преси на соціально-політичний процес в Україні: Автореф. дис... канд. філол. наук. – Київ, 2002. – 20 с.
 32. Власенко В. Феномен непомічання, або ігнорування України у німецьких ЗМІ // *Українська журналістика у контексті світової*. – Вип. 3 / За заг. ред. В. Шкляра. – Київ: Центр вільної преси, 1999. – С. 73-77.
 33. Ішук В. Україна: проблема престижності та ідентичності. – Київ: Смолоскип, 2000. – С. 27.
 34. Власенко В. Українська преса як фактор впливу на міжнародну діяльність держави (Проблеми становлення і розвитку відносин України та НАТО у 90-х роках): Автореф. дис... канд. філол. наук. – Київ, 2000. – 24 с.

SUMMARY

Ofitsynskyy R. UKRAINE IN FOREIGN MEDIAPUBLIKATIONS (1991 – 2004): SOURCE ASPECTS

Piled source mass certified the presence of qualified authors in the western mass-media, which are constantly followed the events in Ukraine. At the beginning of independence the negative prevailed, but because of political crisis in 2000 – 2001, demilitarization and economy improved and got positive resonance in the second half of 1990-s.