

Литература

1. Манн Г. Сочинения. Литературная критика и публицистика. – Т. 8. – М.: Худ. лит., 1958.

О.Л. Шевцов (г. Белгород, Россия)

ИМИДЖИ РОССИЙСКИХ ПОЛИТИКОВ В СОВРЕМЕННОЙ УКРАИНСКОЙ ПЕРИОДИКЕ (2005-2009 ГГ.)

Имиджи российских политических деятелей в украинской периодической печати зависят от политической ориентации газет и журналов. При этом украинские массмедиа активно используют либеральные и патриотические мифы для получения нужного эффекта.

Ключевые слова: *имидж, массмедиа, периодическая печать, Украина.*

The images of Russian politicians in the Ukrainian periodicals depend on the orientation toward political owners of newspapers and magazines. With all this going on the mass media of Ukraine actively use liberal and patriotic myths to gain the effect they need.

Key words: *image, mass media, the periodical press, Ukraine.*

Современные украинские массмедиа демонстрируют различные, порой диаметрально противоположные взгляды на российско-украинские отношения – от откровенного неприятия России, рассматриваемой в роли опасного «Большого Брата», до призывов к прагматичному и взаимовыгодному диалогу между странами, имеющими общее историческое прошлое и настоящее. В наших предыдущих публикациях мы показали, что в украинской периодической печати существуют как минимум два образа России – позитивный и негативный. При этом однозначно утверждать, что массмедиа, в которых представлены контрастирующие между собой образы восточного соседа, рассредоточены по географическому признаку, по меньшей мере некорректно.

Основным фактором оценки России и россиян в украинской периодике выступает не столько ареал распространения издания (левобережная или правобережная Украина), сколько принадлежность хозяев изданий к определенному политическому лагерю. Передел крупнейших общественно-политических газет и журналов, активи-

зировавшийся на Украине после «оранжевой революции» 2004 года и продолжающийся до настоящего времени, на фоне сохраняющейся политической нестабильности в стране, определяет те оценки, которые дают России украинские массмедиа.

В свете вышеизложенного небезынтесным представляется анализ того, каким образом формируются образы российских политических деятелей в украинской периодике. Лидеры государства не просто персонализируют систему власти в отдельной стране, но и олицетворяют как саму власть, так и состояние общественных настроений. С целью получения более или менее репрезентативной картины мы отобрали для анализа проатлантические газеты «Зеркало недели» и «Український Тиждень», региональную «Львівську газету», центристский «День» и пророссийскую «Газету 2000».

Как отмечает Г. Г. Почепцов, формирование имиджа *«ведется строго по одному из законов пропаганды, в соответствии с которым нет смысла тратить деньги на разрушение стереотипа, а следует строить свой стереотип с опорой на уже имеющийся. Имидж в этом плане и есть новый стереотип, который создается в соответствии со стереотипом, который уже есть в аудитории. Мы только приближаем к нему интересующий нас объект (лидера, организацию и т.д.)»*⁸⁷.

Каким же образом происходит «приближение объекта»? Обратимся к статье «Чего хочет Путин», опубликованной в «Львівській газеті». Автор публикации описывает российского руководителя как преемника и продолжателя традиций российских царей, для которых характерны имперские амбиции, великодержавный шовинизм, агрессивная внешняя политика и безусловная враждебность к Украине. Об этом, в частности, свидетельствуют многочисленные альянсы, отсылающие читателя к дореволюционному периоду России, когда украинские территории были частью большой империи.

По мысли автора, Владимир Путин становится главой государства не в результате выборов – «царь-самодержец» пришел на «московский престол», для чего ему понадобилась «маленькая, но победоносная война» в Чечне⁸⁸. Издание предрекает возможный «аншлюс» Крыма, где базируется российский черноморский флот.

В газете «Зеркало недели», занимающей проатлантическую по-

⁸⁷ Почепцов Г.Г. Имиджелогия. – М., Киев, 2004.

⁸⁸ Гулик И. Чего хочет Путин? // Львівська газета – 2007 – 27 декабря.

зицию и пользующейся значительной популярностью среди украинского истеблишмента, мы встречаем попытку придания шляпе с широкими полями символа вольнодумства и демократии. Автор публикации «Последний парад» отмечает, что шляпу носили Никита Хрущев и Михаил Горбачев – советские лидеры, с которыми связаны периоды «оттепели» и «перестройки». Ожидать демократических перемен в России ныне не приходится, поскольку в ней «выросли новые вожди». Издание задается риторическим вопросом «Вы часто видели Путина или Медведева в шляпе?»⁸⁹

Зачастую в проатлантических изданиях выступают и российские политики, но, как правило, слово предоставляется наиболее ангажированным и ультралиберальным представителям оппозиции. «Пусть лучше Крым спасется вместе с идущей в Европу Украиной, чем пропадет с ползущей назад в СССР путинской Россией», – заявляет устами Валерии Новодворской газета «День»⁹⁰. Достаточно часто издание привлекает в качестве ньюсмейкеров и экспертов Григория Явлинского, Бориса Немцова, Михаила Касьянова.

Газета «Український Тиждень», анализируя интернет-послание российского президента своему украинскому коллеге в августе 2009 года, также возвращает читателя в прошлое, призывая международное сообщество к изоляции страны-агрессора, какой видится Россия с ее авторитарным руководителем:

«Хамство Медведева является объявлением Украине войны, пока что холодной. Но после августа 2008 года в Грузии Рубикон перейден. <...> Когда-то Лига Наций не боялась исключить сталинский СССР из своего состава за агрессию против Финляндии»⁹¹.

В свою очередь, «Зеркало недели» считает, что таким образом «Президент России Дмитрий Медведев объявил тендер на должность президента Украины»⁹², поскольку не считает Украину самостоятельным государством, а рассматривает как полуколонию. Издание «Україна Молода» приводит новое доказательство «недемократичности» (а значит, и сомнительной легитимности) российского

⁸⁹ Кирпичев Ю. Последний парад // Зеркало недели – 2008 – 5 мая.

⁹⁰ Новодворская В. Отдайте наши потемкинские вотчины! // День – 2007 – 5 декабря.

⁹¹ Лосев И. Теплая война // Украинський Тиждень – 2009 – 1 сентября.

⁹² Силина Т. Отступать некуда - впереди Москва // Зеркало Недели – 2009 – 18 августа.

лидера: «Разница между Ющенко и Медведевым очевидна. Это, как ни удивительно, статус. Ющенко просто избрало большинство украинских избирателей. Медведев же стал преемником главы корпорации имени Путина»⁹³. Отсюда следует и внутривнутриполитическая ситуация: «В России, стране «сильного президента», происходят войны, регулярными являются политические расстрелы, запрещенными – манифестации инакомыслящих, хроническим – отсутствие прямого телеэфира. Фактически разрешены на государственном уровне – ксенофобские проявления»⁹⁴.

В то же время «Газета 2000», пользующаяся популярностью преимущественно в восточных и юго-восточных областях Украины, сравнивает российских политиков с украинскими не в пользу последних. Говоря о тандеме Владимира Путина и Дмитрия Медведева, издание отмечает: «В четыре руки им удастся сделать гораздо больше, чем в то время, когда Путину приходилось в одиночку закрывать все бреши и амбразуры. <...> Противоречия между Медведевым и Путиным, которые действительно могли бы создать неприятную для власти ситуацию, к счастью, отсутствуют. Украинская ситуация – когда премьер и президент в антагонистических отношениях, – которая парализует проведение любой политики, в России пока не наблюдается»⁹⁵.

Деятельный политик, не склонный к парламентским баталиям, но способный оперативно решать возникающие проблемы, – таким видится «Газете 2000» Владимир Путин, чье влияние обусловлено не столько формальным перечнем конституционных полномочий, сколько накопленным политическим капиталом. Он спасает от разорения заводы, проводит ежедневные встречи с ведущими мировыми политиками, разрешает социальные конфликты – образ премьер-министра России в изрядной степени мифологизирован, хотя данная мифологизация и проходит со знаком «плюс». Характерны подзаголовки публикаций: «Медведев отдает приказ», «Путин принимает решение», «Медведев и Путин работают вместе» и – как антитеза – «Ющенко – это Мазепа сегодня!». Издание приводит многочис-

⁹³ Борковский А. Украина таки не Россия // Украина Молода – 2009 – 25 августа.

⁹⁴ Там же.

⁹⁵ Данилов А. Вячеслав Никонов: противоречий между Медведевым и Путиным нет // Газета 2000 – 2009 – 16 февраля.

ленные примеры, причем в подтексте красной нитью проходит укор украинским политическим деятелям, чьи слова, по мысли газеты, гораздо чаще расходятся с делом: *«Путин <...> посмотрев ветхие баракы, в которых жили шахтеры, еще со сталинских пятилеток, тут же объявил, что правительство выделяет на строительство новых домов для горняков четыре с половиной миллиарда рублей и 90 миллиардов рублей на те же цели для других уральских и сибирских шахтерских городов. Это было не предложение, а решение, не требующее согласований с Думой или с Администрацией Президента. Строительство новых домов можно было начинать уже в апреле. Такое решение мог сделать лишь реальный глава правительства, командующий финансовыми ресурсами и руководящий экономической политикой страны»⁹⁶.*

Как правило, «Газета 2000», близкая по своим политическим установкам к Партии регионов, использует образы российских политиков для их противопоставления официальным украинским властям с целью корректировки электорального поведения населения в пользу пророссийских политических сил. Именно этим объясняется то, что на страницах газеты часто публикуются российские журналисты и политологи – от Роя Медведева до Виталия Третьякова. Последний, в частности, отмечает активную антироссийскую позицию президента Украины Виктора Ющенко: *«Человек, который только что посылал украинское оружие и украинских военных для ведения Грузией войны против России, человек, мечтающий, чтобы ни духа русского, ни слова, ни даже ни одного русского человека в Украине не осталось, вдруг озаботился состоянием российско-украинских отношений!»⁹⁷*

При всём различии подходов и оценок российских политиков, наблюдаемых в украинской периодической печати, нельзя не отметить ряд общих признаков при формировании их имиджей:

1. Противопоставление российских политиков их украинским коллегам (в одних случаях «демократичный» Ющенко противопоставляется «авторитарному» Путину или Медведеву, в других – путинская «стабильность» выгодно смотрится на фоне украинского

⁹⁶ Медведев Р., Медведев Ж. Медведев и Путин. Год вместе. Кто впереди? // Газета 2000 – 2009 – 13 мая.

⁹⁷ Михайленко М. Будущей украинской власти придется восстановить отношения с Россией // Газета 2000 – 2008 – 29 декабря.

«хаоса»).

2. Использование мифологем и пропагандистских клише для формирования как негативных (подчеркивается «азиатскость» и «жестокость» правителей новой «империи»), так и позитивных имиджей (акцентируется внимание на «братьях-славянах», отмечается «стабильность» как свойство внутривосточной жизни России).

3. Повышенное внимание к нелицеприятным высказываниям и недружественным действиям лидеров двух стран (положение русского языка на Украине, оценки голодомора и второй мировой войны, расширение НАТО на восток).

4. Стремление к разжиганию конфликтов путем вырывания проблем из контекста в угоду сиюминутным политическим интересам владельцев газет и журналов.

5. Обращение к общему историческому прошлому с целью сопоставления современных политиков с их предшественниками (Ющенко – Мазепа, Путин – Сталин, Медведев – Александр III и т.д.).

6. Культивирование распространенных в обывательском сознании стереотипов о «хохлах» и «москалях».

7. Использование гиперболы, литоты и других метафорических средств для создания комического эффекта в формировании образов политиков (так, например, Владимир Путин предстаёт «мелким царьком» с имперскими амбициями, назначающим себе «преемника» и жаждущим покорить прилегающие земли).

Существующий подход к формированию имиджей российских политиков в украинской периодической печати нельзя назвать продуктивным и способствующим формированию равноправных партнерских отношений между двумя государствами. Как отмечают исследователи А. Куланов и В. Молодяков, *«когда государства находятся в состоянии мира между собой, происходит их мирное имиджевое взаимодействие: один народ создает для себя образ другого – не всегда удачно, почти всегда не очень правдиво, но, как правило, беззлобно: имидж получается положительным. Если между этими государствами возникает конфликт, то все резко меняется: формируется образ врага, и начинаются имиджевые войны»*⁹⁸.

Информационные войны, неизменно сопровождающие кон-

⁹⁸ Куланов А., Молодяков В. Россия и Япония: имиджевые войны. – М., 2007.

фликты в российско-украинских взаимоотношениях, в перспективе могут привести к росту националистических настроений в обеих странах, уходу от традиций добрососедства и взаимоуважения, падению авторитета внешнеполитических ведомств конфликтующих стран в глазах международного сообщества. Именно поэтому нам представляется более конструктивным отход от пропагандистских клише, либеральных и патриотических мифов в формировании имиджей политических деятелей двух государств.