

14. Стус Д. Василь Стус: життя як творчість / наук. ред. Г. М. Сивокінь; Гуманіт. центр В. Стуса; Інститут літератури ім. Т. Г. Шевченка НАН України; Асоціація укр. Письменників; Донбаський історико-літ. музей В. Стуса. Київ: Факт, 2004. 368 с.
15. Шацька Б. Минуле – пам'ять – міт. Чернівці: Книги – XXI, 2011. 248 с.

КОНЦЕПТ «НАЦІОНАЛЬНА ІДЕЯ» У ЦЕНТРАЛЬНИХ І РЕГІОНАЛЬНИХ ЗМІ УКРАЇНИ КІНЦЯ 1980-х – ПЕРШОЇ ПОЛОВИНИ 2010-х рр.

Присяжнюк Юрій, Мальована Ольга

Протягом першої чверті новітньої державної незалежності України ЗМІ пройшли складну еволюцію. Дослідивши цю проблему, автори прийшли до такого висновку: попри системний деструктивний російський вплив, концепт «національна ідея» успішно ствердився в українському медійному просторі.

***Ключові слова:** національна ідея, журналістика, інформаційний простір, темник.*

Аби всебічно проаналізувати проблему репрезентації концепту «національна ідея» у центральних та регіональних ЗМІ України кінця 1980-х – першої половини 2010-х рр., варто детально прояснити сутність розуміння цього явища, а також з'ясувати, які процеси відбувалися в українському суспільстві й чому саме вони виявилися більш-менш сприятливим підґрунтям для поширення цієї ідеї, причому спочатку у вузьких колах інтелектуалів, а потім – помітно ширшому публічному просторі.

Поняття «національна ідея» ми розуміємо й використовуємо в трьох значеннях (як їх стисло окреслив В. Лісовий): по-перше, це важлива для суспільства ідея будь-якого змісту, яка користується підтримкою більшості громадян; по-друге, ідея нації; по-третє, особливості національної (зокрема й української як «неповторної») свідомості («мрії», «місії» та ін.) [3, 453].

Отож, у другій половині 1980-х рр. суспільні процеси, які грали на руку популяризації концепту «національна ідея» у ЗМІ, набули лавиноподібного характеру. Сприятливим підґрунтям стало створення Українського культурологічного клубу, Товариства Лева, Української асоціації незалежної творчої інтелігенції, асоціації «Зелений світ», неофіційної студентської організації «Громада» та ін.

Одними з перших, хто відчув «подих свободи», були власне працівники сфери масмедіа: журналісти, редактори, кореспонденти, а почасти – їхні керівники. Пік розвитку української журналістики припав саме на період середини 1980-х – початку 1990-х рр. Тоді працювало «золоте правило»: розповідати про людей

для людей. З'являлися нові (демократичні) ЗМІ, а старі (совєтські), аби лишитися в інформаційному просторі, змушені були підлаштовуватися під вимоги часу. Дуже швидко всі вони стали впливати на порядок денний суспільних змін. Вагоме слово в демократизації українського суспільства сказали журналісти всеукраїнських видань «Молодь України», «Независимость», львівської «Молодої Галичини», київської «Молодої гвардії», тернопільського «Ровесника», сімферопольського «Крымского комсомольца», телепрограми студії «Гарт», також «Вечірнього Києва», «Спортивної газети», «Українського футболу», «Дніпра», Українського радіо. Від них дедалі частіше лунав меседж «відродження українців як народу й держави» [1].

Цікаво, що вже наступного дня після історичного референдуму 1 грудня 1991 р. всеукраїнські та регіональні газети вийшли під промовистими заголовками. «Вечерний Киев» розмістив на першій сторінці гасло «Незалежності ТАК!», а поруч статтю «Оболонь: 96 процентов» [2]. 3 грудня черговий номер «Известий» побачив світ із шапкою на першій шпальті «Украина избрала независимость», а «Запорізька правда» вдалася до поетичної творчості з такої нагоди: «Наша Вітчизна – незалежна всьому світу заявляє: я – країна Україна – на чолі калина». Інформаційна ейфорія тривала тиждень. Навіть парламентська газета «Голос України» не шкодувала емоційного запалу з нагоди відновлення, або, як тоді писали, «здобуття Україною незалежності» [3].

У питанні популяризації, роз'яснення і законодавчого закріплення національної ідеї президентство Л. Кравчука виявилось особливим двома обставинами: постаттю самого глави держави, який раніше був головним ідеологом керівної компартії; також тим, що постсовєтське суспільство, яке відразу відчувало труднощі перехідного етапу, було неготовим змагатися за кращі перспективи на ґрунті українських (національних) цінностей. ЗМІ, які потерпали від безгрошів'я, підхопили тенденцію акцентування уваги на соціально-економічних негараздах.

Епоха «кучмізму» (з липня 1994 по січень 2005 рр.) продовжила попередню традицію, ба більше, звела національну ідею як таку майже нанівець, передусім у державній політиці. «Медіаромантизм» закінчився. Другий Президент України та чиновники, які його оточували, зрозуміли, що ЗМІ можна не просто ігнорувати – їх можна й варто контролювати, насамперед для створення «позитивної картинки» діяльності влади. Що в такому разі чекало на «незгодних», люди мали нагоду переконатися, стежачи за жахливою історією зникнення і вбивства у вересні 2000 р. засновника «Української правди», журналіста Георгія Гонгадзе.

Другий термін президентства Л. Кучми позначився «закручуванням гайок» у царині свободи слова. Не останню роль у цьому процесі відіграв призначений 2002 р. головою Адміністрації Президента В. Медведчук. Саме за його «головування» запрацювала система темників для масмедіа. У 2001–2004 рр. так назива-

ли закрити директиву ЗМІ, яка містила детальні інструкції, як (не)треба висвітлювати політичні події. «Темник» мав російське коріння і походив від початкової назви «темы недели». Це була система цензури, контрольована, як на рівні АП, так і підпорядкованих їй місцевих адміністрацій. Вплив Росії на український простір саме в той час став доволі потужним і починався він якраз із темників.

Ситуація радикально змінилася за президентства В. Ющенка, якого невдовзі назвуть «першим проукраїнським» лідером. До речі, на російських телеканалах, які вже міцно тримали українські політичні новини в полі зору, тоді постійно йшлося про «страхи и ужасы ющенковской украинизации», «души, искалеченные оранжевым режимом». Така риторика кремлівської пропаганди свідчила, що Україна нарешті стає українською.

В. Ющенко першим серед президентів узявся за політику відновлення історичної пам'яті і національно-культурного відродження. Вшанування жертв Голодомору, пам'яті Героїв Крут відбувалося на найвищому державному рівні, з відповідним висвітленням подій у ЗМІ. На одному з регіональних телеканалів у Черкасах співавторці цієї статті довелося тоді бути авторкою й ведучою проєкту журналістських розслідувань «Реальний погляд», що виходив щонеділі на ОДТК «Рось». З'явилася нагода їздити практично всією областю, створювати цикл тематичних програм: про відновлення Національного історико-культурного заповідника «Чигирин» та ін. До речі, сам В. Ющенко багато подорожував регіонами. Під час одного з візитів до Черкас він наголосив на потребі запровадження в Україні помісної (православної) церкви.

У зверненнях до громадян В. Ющенко використовував слово «нація». Нечікувано для багатьох присвоїв звання Героя України Р. Шухевичу та, дещо згодом, С. Бандері. Аналіз публікацій того часу засвідчує: українські масмедіа, передусім загальнонаціональні, не підтримали цих рішень В. Ющенка, не проводили широкої роз'яснювальної роботи про те, ким насправді були ці люди.

Фактична відсутність у ЗМІ українського контенту за часів президентства В. Януковича зумовлена двома чинниками: по-перше, він був цілком проросійським діячем; по-друге, у період його президентства ЗМІ, особливо загальнонаціональні, перетворилися із «законодавців» інформаційної політики на виразників інтересів їхніх власників, переважно з «кримінальним минулим», зокрема канали: «Україна» (власник Р. Ахметов); «Інтер» (власники Д. Фірташ у 2006–2021 рр. та С. Львович у 2013–2022 рр.); «ICTV» (власники Пінчуки); «1+1» (з квітня 2010 р. належить «1+1 Медіа», якою володіє І. Коломойський).

Тоді ж зі ЗМІ України відбувалися дивні, на перший погляд, парадоксальні речі. У міру того, як зростала технічна оснащеність медіа, особливо телеканалів, відчутно падала якість журналістських матеріалів. Суть у тому, що з метою привернути увагу глядача, привчити його до красивої картини, а згодом «присадити» на впізнаваний контент зі «своїми» ведучими, у якому прозвучать потрібні

власнику політичні «меседжі», медійники почали інтенсивно експлуатувати гострі соціальні теми.

Отже, за відносно короткий історичний період поняття «національна ідея» пройшло в Україні доволі непростий шлях якісних змін, що знайшло відображення в центральних та регіональних українських ЗМІ. Її презентація в медіа була зумовлена як політичною кон'юктурою, так і зростаючими, бодай і повільно, вимогами громадянського суспільства, найактивнішої його частини. Переломним тут стали події Революції Гідності та початок російської військової агресії проти України, які радикально змінили ставлення людей до всього національного. Воно отримало шанс краще «приживатися» у ЗМІ, а найперше – в уявленнях і переконаннях громадян.

Джерела та література

1. 1 грудня Україна проголосувала за незалежність. URL: <https://youtube.com/watch?v=sIZCKPsuyi8&feature=share> (дата звернення: 11.07.2022).
2. Без води та з молитвами: як кияни голосували за незалежність України. URL: <https://www.google.com/imgres?imgurl=https%3A%2F%2Fvechirniy.kyiv.ua> (дата звернення: 19.08.2022).
3. Лісовий В. Що таке національна (українська) ідея? *Націоналізм: Антологія*. 3-тє вид. / упоряд. О. Проценко, В. Лісовий. Київ: ВД «Простір», «Смоло-скуп», 2010. С. 453–476.
4. Салют, державо! Світ вітає Україну. *Голос України*. № 235. 1991. 6 грудня.

УКРАЇНСЬКИЙ РОЗМОВНИЙ КЛУБ У ДОНЕЦЬКУ ЯК ФОРМА ПРОТИДІЇ ПОЛІТИЦІ РУСИФІКАЦІЇ (2012–2013 рр.)

Стуканов Сергій

Висвітлюється заснування та діяльність у Донецьку Українського розмовного клубу (2012–2013 роки), який став оригінальною формою відповіді суспільства на політику русифікації. Аналізується склад учасників, формат роботи, концепція та план перетворення на повноцінний центр українського життя в Донецьку. З'ясовуються сильні та слабкі сторони ініціативи, а також її історичне та практичне значення.

Ключові слова: Український розмовний клуб, УРК, Донецьк.

Російська окупація окремих східних та південних районів України, що триває, а також спроби Росії знищити українську історичну пам'ять на цих територіях, представивши їх як «споконвіку російські», актуалізує розвідку та дослідження їхньої української ідентичності. Чільне місце у цьому сенсі має бути