

УДК 070

Старіш О.Г.

## КРИМСЬКА РЕАЛЬНІСТЬ ЯК PR-ACTION КРИЗЬ ПРИЗМУ СТЕРЕОТИПІВ ЇЇ СПРИЙНЯТТЯ ІНФОРМАЦІЙНИМИ СТРУКТУРАМИ УКРАЇНИ

*Старіш А. Г. Крымская реальность как PR-action сквозь призму стереотипов ее восприятия информационными структурами Украины*

*После распада тоталитарной системы особую роль в становлении новых независимых государств играют регионы, предыстория которых имеет ряд отличительных характеристик. Для Украины таким регионом является Крым. Для стабильности и целостности государства непреходящую роль в процессе формирования прогосударственных воззрений играют средства массовой коммуникации, которые и формируют базовые стереотипы как восприятия, так и поведения общества.*

**Ключевые слова:** PR-action, стереотипы, информационная политика государства

*Старіш О.Г. Кримська реальність як PR-action кризь призму стереотипів її сприйняття інформаційними структурами України*

*Після розпаду тоталітарної системи особливу роль у становленні нових незалежних держав відіграють регіони, попередня історія яких має ряд відмітних характеристик. Для України таким регіоном є Крим. Для стабільності й цілісності держави важливу роль у процесі формування продержавницьких поглядів відіграють засоби масової комунікації, які й формують базові стереотипи як сприйняття, так і поведінки суспільства.*

**Ключові слова:** PR-action, стереотипи, інформаційна політика держави

*Starish A.G. Crimea Reality as PR-action Through Prism of Perception Stereotypes of Information Structures of Ukraine Since the totalitarian system has been collapsed, special role of the new independent countries development belongs to the regions, which prehistory has a lot of characteristic features.*

*The Crimea is such kind of regions for Ukraine. Mass communication means take major part in government opinion forming process for stabilization and safety of the country. They form basic stereotypes both perception and behaviour in society.*

**Key words:** PR-action, stereotype, the information of country the politics

*Постановка проблеми.* Процес глобалізації, який неконтрольовано вторгається в будь-який соціум, радикально трансформує середовище існування і, як наслідок, середовище управління політичної системи. Аналіз за технологією зворотнього зв'язку інформаційної політики держави фактично дозволяє виявляти рівень політичного і соціально-економічного стану суспільства і його політичної системи [2]. Неперевершену роль в цьому відіграють PR-action, які створюють стійкі стереотипи сприйняття суспільно-політичних процесів. Розглянемо запропоновану тезу на прикладі Центр-Регіон: Україна-Крим.

Після визнання державної незалежності України певним особливим геополітичним фокусом цілісності держави виявився Кримський півострів. Соціально-політичні і етноконфесійні трансформації, що відбуваються як на території Криму, так і довкола нього, викликали і періодично продовжують викликати цілий ряд часом взаємовиключних інформаційних повідомлень в центральних засобах масової комунікації - ЗМК. У свою чергу, така інформаційна інтервенція викликала певний комплекс сторожкості суспільної думки України. Очевидно, що існують цілком реальні підстави для прояву сторожкості, але ніяк ні відверто провокаційно-ворожого відношення до Криму в населення материкової частини України. Значну лепту у формуванні такого образу автономії внесли і вносять національні як державні, так і приватні засоби масової комунікації, що сформували ряд стійких стереотипів сприйняття кримської дійсності. Розглянемо їх в співвіднесенні із цією самою дійсністю.

*Стереотип перший: Крим — регіон міжетнічних напруг.*

Масовий процес повернення депортованих в 1941-1944 роках із Криму по етнічній ознаці: вірмени, болгари, греки, кримські татари, німці - почався в переддень розпаду СРСР в 1988-1991 роках, коли політична система держави перетерплювала корінні трансформації. Спочатку союзний уряд і керівництво ряду зацікавлених республік щиро намагалися привести процес репатріації в стабільне русло. Однак після розпаду СРСР кожна із нових незалежних держав залишалась сам на сам із своїми власними проблемами; Україна - із проблемою повернення депортованих громадян. У свою чергу, в значній мірі ця проблема була перекладена Києвом на плечі відтвореної в січні 1991 року кримської автономії [1].

В умовах, коли економічна криза охопила практично всі колишні союзні республіки, в Крим повернулось тільки кримських татар більше 250 тисяч. Усіх цих людей потрібно було не просто прийняти, але і забезпечити повним комплексом побутової інфраструктури, включаючи дошкільні і

шкільні установи: знову виниклі забудови, в тому числі і через самозахоплення земельних ділянок, вимагається підведення газу, електроенергії, води, створення соціальної бази. При існуючій економічній ситуації виконувати програму репатріації навіть в запланованому обсязі вельми проблематично.

Матеріальні умови існування репатріантів стимулює хворобливе, загострене відношення до процесу адаптації в сфері мови, культури, релігії й особливо політичного самоствердження. Але вже сьогодні в Криму діють школи з національною мовою навчання, індустріально-педагогічний університет, що готує кадри насамперед кримськотатарської інтелігенції, національні технікуми, театр, бібліотеки, випускається більш 10 газет, існує національна редакція на ДТРК „Крим”.

При цьому сама робота конкретних структур і людей над створенням умов для повернення й облаштуваності репатріантів практично залишається за кадром, за газетною смугою. Проте в поле зору ЗМК, і не тільки центральних, постійно потрапляють сцени локальних етнічних ексцесів, що просто неминучі в сучасних кризових умовах з їхньою кардинальною невідповідністю *бажаного* і *можливого* в здійсненні програм повернення і облаштування репатріантів. Очевидно, що неминучі і певні прорахунки місцевого керівництва, яке вперше зіштовхнулося з подібними проблемами в таких масштабах. Тим не менш спалахи етнічної, але не *міжетнічної* напруги пов'язані перш за все з діяльністю ряду політиків і політичних рухів як регіонального і державного, так і міждержавного рівнів, які відверто намагаються заробити політичні дивіденди. При цьому саме ЗМК часто густо виступають каталізатором конфліктів, проводячи замовлену інформаційну інтервенцію.

Але ж у ЗМК мається могутній потенціал для того, щоб сприяти пом'якшенню суспільної напруженості і соціально-політичній стабілізації. Для цього достатньо тільки, щоб в поле їх зору попадали не тільки ексцеси, але і повсякденна, кропітка праця властей автономії, інституцій освіти і культури, яка спрямована на вирішення проблем репатріантів. Тим більш, що досвід періоду незалежності свідчить, що населення Криму вже дійшло розуміння, що тільки *міжнаціональне взаєморозуміння* і *толерантність* дозволяють відносно безболісно знімати суспільну напругу і саме міжнаціональне взаєморозуміння і толерантність є *гарантом* того, що розв'язання такого конфлікту вдасться запобігати й надалі.

*Стереотип другий: Крим - регіон сепаратизму.*

Відповідно до перепису 2001 року чисельність населення півострова склала - 2 024 000 чоловік (без мешканців Севастополя), з якого росіян - 58,3%, українців - 24,3%, кримських татар - 12%, білорусів - 1,4%, вірменів - 0,4%, євреїв - 0,2%, поляків - 0,2%, молдаван - 0,2%. Всього в Криму проживають представники понад 100 етнічних груп, при цьому російську мову вважають рідною 78%, а українську - 17% кримчан. У жодному іншому регіоні України не існувало такої диспропорції щодо державної мови. І навіть процес репатріації принципово не змінив мовну ситуацію, оскільки переважна більшість репатріантів - російськомовні.

Якщо схематично охарактеризувати історичний шлях півострова, що привів до утворення такої етнічної і, як наслідок, мовної ситуації, то він виглядає в такий спосіб. З кінця XV століття до моменту проголошення української незалежності Крим послідовно знаходився в складі Османської і Російської імперій, з 1921 по 1945 роки був автономією в складі РРФСР, з 1954 - в складі УРСР, з 1991 - є Автономною Республікою в складі України. Ці віхи - квінтесенція кримської історії, яка суттєво відрізняється від історичного шляху, який пройшла материкова Україна. Відповідно все це наклало своєрідний відбиток на всі сфери життєдіяльності кримського соціуму, і будь-який політик, який бажає будь-що запропонувати чи будь-що здійснити в Криму, повинен враховувати цю *об'єктивно* існуючу своєрідність.

Але з часу отримання незалежності і Київ, і літня політична столиця України - Сімферополь зробили чимало помилок багато в чому саме тому, що політичні діячі держави і її автономії говорили різними і в прямому, і в переносному значенні мовами. На жаль, ЗМК не стали „перекладачами" в цьому діалозі: вони пішли по більш легкому шляху створення стереотипів, причому якщо на материковій Україні створювався образ Криму як „комуністичного заповідника" чи „розсадника російського шовінізму", то і кримські ЗМК зробили чимало для формування у кримчан негативного відношення до самої ідеї української незалежності. Замість того, щоб співпрацювати в області інтеграції Криму в національний інформаційний простір України, ЗМК дали втягнути себе в інформаційну війну, виповнюючи замовлення певної групи, і не тільки вітчизняних політиків.

*Стереотип третій: Крим — не самодостатній економічний регіон.*

Виробничий потенціал Криму - це і такі гіганти, які не мали аналогів в радянській Україні, як заводи „Фотон", „Фіолент", „Залив", завод ім. Войкова, це - один із найбільш розвинутих в СРСР агропромислових комплексів, що був здатен нагодувати не тільки 2,5 мільйона кримчан, але і до 10 мільйонів відпочиваючих. Сьогодні кримська економіка хвора тією ж хворобою, яка охопила не тільки всю Україну, але і практично весь пострадянський простір.

Мабуть, немає більш невдячного і безглузкого зайняття, ніж з'ясування, хто і кого годує в умовах, коли всіх годують імпортованими продуктами, а одягають і взувають чи постачають побутову техніку із-за кордону. Виходити ж із скрутного економічного становища, звичайно, краще разом. І отут Крим у праві розраховувати на підтримку центральних ЗМК в справі створення позитивного іміджу півострова як в українській, так і в світовій суспільній думці. Саме так можна залучити в Крим інвестиції і туристів, без цього немає сенсу навіть сподіватися на поживлення економіки автономії як складової частини економіки України. Об'єктивно все населення України зацікавлено в досягненні такого поживлення, оскільки виграють від нього всі: чим більше бюджетоутворюючих регіонів, тим більше державний бюджет.

*Стереотип четвертий: Крим — криміногенний регіон.*

У подібного рода твердженнях закладена доволі велика частка істини, але де, в якому регіоні України зараз не так? В Дніпропетровську, кримінальна слава якого гриміла ще у часи існування СРСР? Чи в Одесі, кримінальні традиції якої поетизовані в міському фольклорі і творах І. Бабеля? Чи, може, в Києві? Чому ж тоді такий ажіотаж саме навколо Криму? Адже економічні наслідки такої антиреклами - це мільйони доларів, які не поступають до бюджету і Криму, і України. Наведення правопорядку життєво необхідне, але чи доцільно так узагальнювати боротьбу із кримським криміналітетом, як це роблять деякі українські ЗМК? Адже багато з них, в тому числі і незалежні, розраховують на бюджетні дотації, але при цьому самі відштовхують тих, хто міг би поповнити бюджет держави. Криму і так непросто конкурувати не тільки з Кіпром і Канарами, але й з кавказькими курортами, а тут ще таке осердя місцевих ЗМК в створенні йому іміджу „піратського півострова”.

Очевидно, що виявлені стереотипи - лише певна, нехай і основна, частка фактично нав'язаних ЗМК суспільній думці, однак вже на підставі зазначених тенденцій можна зробити ряд *висновків* стосовно місця і ролі PR-action у розбудові держави. Відповідно:

1. Історично сформовану і об'єктивно існуючу кримську своєрідність неможливо скасувати або ігнорувати: тільки її облік дозволяє здійснювати ефективну державну інформаційну політику України стосовно Криму;

2. Крим є складовою частиною України, і відноситися до нього треба як до *українського регіону*, біди якого є бідами України, а успіхи - її успіхами: імідж регіону - відповідні штрихи на портреті держави.

3. Інтеграція Криму в національний інформаційний простір України є *державною* задачею, порівняною хіба що із задачею збереження територіальної цілісності держави.

4. Штучні стереотипи, які створюють як державні, так і приватні ЗМК, можна віднести до базових елементів інформаційних матриць, які дозволяють формувати основи системи інформаційної політики держави [3].

5. Несбалансованість - безсистемний характер PR-action - інформаційної політики держави сприяє і провокує регіональну поляризацію країни.

#### Джерела та література

1. Козубський В. О., Нікіфоров А.Р., Старіш О. Г. Україна і кримський регіон: місце і роль и Чорноморському економічному суспільстві // Діловий огляд. - 1999. - №8-9.
2. Старіш А. Г. СМИ как технология обратной связи: политическая система — социум // Актуальні проблеми міжнародних відносин. - Вип. 36.- Част. I. - К.: ІМВ, 2002. - С. 180-187.
3. Старіш А. Г. Информационные матрицы как элементная база ноосферы // Регіональні проєкції державної політики: В 2-х т., Т. 2.- Сімферополь: Таврія, 2003. - С. 66-89.

*Поступила до редакції 02.07.2007р.*