

ФОРМУВАННЯ ЗАСОБАМИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ОБРАЗУ МУСУЛЬМАНИНА ТА ІСЛАМСЬКОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ В ПОЛІТИЧНІЙ КУЛЬТУРІ НЕЗАЛЕЖНОЇ УКРАЇНИ

У статті йдеться про вплив сугесторів, які формують образ мусульманина та ісламську ідентичність і беруть активну участь у процесі творення контенту в інформаційному полі Української держави. Аналіз медіа-контенту допомагає окреслити й осмислити образ мусульманина та ісламську ідентичність, які формують сугестори в політичній культурі українців, а також цілі, керуючись якими, сугестори впливають на зміни у формуванні образу та ідентичності.

Ключові слова: образ мусульманина, ісламська ідентичність, ЗМІ, інформаційна політика, контент.

Політики, рекламодавці та будь-хто інший, хто має вплив на формування контенту в інформаційному просторі, є сугесторами – це такі індивіди, групи осіб або засоби масової інформації, які є джерелами навіювання [8]. Вони за допомогою певних засобів та методів впливають на свідомість людей і змінюють її у потрібному для них напрямі. Головна мета сугесторів – формувати в суспільства таке бачення світу, яке відповідає їхнім інтересам і не завжди відображає об'єктивну дійсність. Це бачення має бути підкріплене стереотипами задля сильнішого укорінення в свідомості.

Науковий дискурс щодо впливу медій на формування образів та ідентичностей у масовій свідомості триває від початку ХХ століття. Думки вчених щодо сили та природи впливу ЗМІ на громадську думку розбіглися. На першому етапі наукового дискурсу його учасники розцінювали вплив медій як доволі потужний і здатний змінити світогляд суспільства. Висуваючи такі гіпотези, вчені брали до уваги високий рівень атомізованості суспільства. Аналіз емпіричного досвіду дав ученим підстави переосмислити попередні підходи й дійти висновку, що ЗМІ не можуть створити нове уявлення про світ у свідомості людей, але вони сприяють посиленню образів, кліше, ідентичностей, які вже існують в масовій свідомості. У 60–70 роках ХХ ст. у теоретичному дискурсі з'явилася гіпотеза, що аудиторія більшою мірою впливає на медіа, аніж медіа на аудиторію [5]. За даними соціологічних досліджень, в Україні за останні 15 років довіра аудиторії до ЗМІ повільно зростала до 2005 р. [6]. Рівень довіри до медійного контенту дещо знизився до 2008 р.

ЗМІ формують образи, ідентичності, ідеології, але одним із найпоширеніших у масовій свідомості став образ «об'єктивної й неупередже-

ної журналістики». Найефективніше ідеологічну функцію комунікатор виконує тоді, коли аудиторія не розуміє, що на неї намагаються вплинути, і відповідно не аналізує мету такого впливу.

У науковому дискурсі розрізняють два поняття: засоби масової інформації (ЗМІ) й засоби масової комунікації (ЗМК). Останні, де дійсно між журналістами та аудиторією відбувається комунікація, притаманні демократичним розвиненим країнам, де фактично кожен може напряму висловити свої думки й вплинути таким чином на редакційну політику й створення контенту. В Україні до ЗМК можна віднести за своєю природою лише Інтернет-видання, але і тут через низький рівень політичної культури очільників штабів політичних сил намагання редакційних колективів Інтернет-медій створити платформи для формування якісного громадського дискурсу щодо актуальних проблем не є настільки результативними [7].

У 2010 р. читачі газет, радіослухачі та телеглядачі становлять найбільший сегмент аудиторії. Доступ до Інтернету з'являється у дедалі більшої кількості людей, але Інтернеткористувачі – це аудиторія великих міст України. Отже, більшість громадян перебувають під впливом ЗМІ, а не є учасниками процесу медійної комунікації. Тому вплив сугесторів на аудиторію домінує.

Щодо наукових праць саме стосовно формування образу мусульманина та ісламської ідентичності ЗМІ, то вони нечисленні. Є. Саїд одним із перших розглянув залежність редакційної політики від власників медій, які діють задля задоволення своїх бізнес-інтересів, користуючись низьким рівнем освіченості журналістів у близькосхідних питаннях. Одна з найбільш конфліктних тенденцій, про яку згадує науковець, це акцентування уваги на національності терористів

чи злочинців, що, безумовно, формує підґрунтя для міжетнічних, міжнаціональних та міжрелігійних конфліктів. Саме це, на думку Е. Саїда, загрожує розгортанням не словесних, а фізичних сутичок у глобальному селі [12].

С. Алатає, Дж. Гі, Ф. Лемке ввели в науковий дискурс поняття «мирна журналістика» та «хрестоносна журналістика». Ці дослідники теж розглядали ЗМІ як інструмент впливу зацікавлених осіб. Термін «хрестоносна журналістика», за переконанням цих авторів, запроваджувався не з метою образити християн, а для того, щоб наголосити: те, що відбувається в медіа нині, – це не військовий хрестовий похід, а його інформаційний прояв. Вони дійшли висновку, що медіа стали зброєю і інструментом, який контролює паству глобального села [10].

Процес формування ісламської ідентичності та образу мусульманина в ЗМІ України став об'єктом дослідження лише нещодавно. Зокрема Г. Яворська порушила тему ідентичності й ідентифікації в мусульманському світі, провівши моніторинг стереотипів та кліше, які подаються у ЗМІ, та проаналізувала їхній вплив на громадську думку [3, 80–125].

Розуміння того, який образ мусульман та ісламську ідентичність формують ЗМІ незалежної України, дає змогу усвідомити, зокрема, причини високого рівня національної відокремленості населення України від представників більшості інших національностей. «Як свідчили попередні результати моніторингу, населення України психологічно дистанціювало (“відсторонило”) від себе переважно ті національності, які асоціювалися з міжнародними конфліктами, що виникають у світі. Упродовж розвитку української незалежної держави відбувалося зростання як загального рівня національної відокремленості, так і поширення ксенофобних установок. Після терористичного акту в Нью-Йорку 11 вересня 2001 року в масовій свідомості населення України стався “стрибок” (зафіксований у березнево-му опитуванні 2002 року) у збільшенні соціальної дистанції стосовно представників переважної кількості інших національностей» [6].

Державна інформаційна політика щодо формування образу мусульманина та ісламської ідентичності може впливати не лише на рівень національної відокремленості населення, а й на кількість та види терактів, на інтенсивність поповнення новими членами екстремістських організацій, на рівень громадянської тожсамості мусульман – рівень відчуття й сприйняття себе як громадянина України тощо. Однак статистичних даних і наукових досліджень стосовно цих питань немає.

Розподіл сил в інформаційному просторі щодо питань внутрішньої та зовнішньої політи-

ки, як правило, не викликає суперечок та дискусій в експертів медіа-бізнесу, але релігійні питання, зокрема контент, який формує образ мусульманина у свідомості українців й ісламська ідентичність, залишається малодослідженим. Так само відкритим є питання для дискусії, які сугестори і з якою метою формують образ мусульманина в уявленні громадськості та яку ісламську ідентичність закладає у свідомість мусульман медійний контент.

В Україні є три вектори, які формують образ мусульманина й ісламську ідентичність. 1. Західний вектор формує недружній образ, який може сприйматись позитивно винятково в контексті сутичок мусульман із владою Росії. 2. Власне мусульманський вектор, який підтримують мусульманські організації різних напрямів й у своїх ЗМІ формують не лише позитивний образ мусульманина, а й бажану ідентичність, оскільки іслам має багато течій. 3. Російський вектор дуже часто продукує вороже ставлення до мусульман, що бачимо з телепродукції, яку українські медіа закуповують для трансляції через брак власного виробництва (наприклад, документальний проєкт «Свідки» телекомпанії «Наш вигляд» на українському телеекрані був показаний серією «Чорні вдови» Ірини Чорнової про ісламських жінок-шахідок. З монтажу перших кадрів видно антиісламську сутність фільму: великий план очей мусульманки в *нікабі* – мусульманському жіночому головному уборі, який повністю покриває голову і обличчя, є лише виріз для очей – переходить у вибухи, аяти з Корану – у вибухові пристрої й детонатори).

Оскільки формування образу мусульманина та ісламської ідентичності західним та мусульманським векторами ми детально описали в попередній праці [9], враховуючи те, що за останній час у зв'язку з перемогою на виборах Президента України В. Януковича відбуваються суттєві зміни зовнішньої та внутрішньої державної політики і російський вектор посилює свій вплив на інформаційний простір України, у цій статті буде проаналізовано зміну інформаційного поля саме з погляду дії російського вектора.

Більшість українських ЗМІ формують образ мусульманина ситуативно, оскільки власники медіа-бізнесу, як правило, не бачать економічної доцільності в розвитку міжнародної журналістики та послуговуються матеріалами світових агенцій за певну передплату, що значно дешевше, ніж безпосереднє фінансування кожного закордонного відрядження, а більшості журналістів бракує фахової освіти, щоб розібратися в особливостях мусульманського світу, зокрема в житті мусульманських общин в Україні, й формувати образ мусульман та ісламську ідентичність,

які б не спотворювали уявлення аудиторії про дійсність.

Але є такі ЗМІ, де формування образу мусульманина та ісламської ідентичності останніми роками перебуває на етапі передвиборчих та інформаційних стратегій. Зокрема, вибори Президента України 2004 та 2010 рр. довели, що перемога здобувається з розривом фактично в мільйон голосів. Мусульман в Україні понад 400 тисяч [3]. Отже, вдала боротьба за їхні голоси, в тому числі й агітація в ЗМІ, є доволі важливим фактором для перемоги.

Партію мусульман України з друкованим партійним ЗМІ «Наш дом – Украина» заснували напередодні виборів, щоб підтримати кандидатуру Л. Кучми. Загітувати немалий сегмент електорату – мусульман – стало головною метою. Активна агітаційна компанія «Віддай свій голос за Леоніда Даниловича Кучму» в газеті «Наш дом – Украина» почалась у 1999 р. ПМУ не зрадила провладним позиціям і на президентських виборах підтримала В. Януковича. Після перемоги на виборах В. Ющенко через рік на з'їзді члени партії ПМУ прийняли рішення про самоліквідацію своєї політичної структури і про перехід її членів до лав Партії регіонів.

Газета «Сегодня», власником якої є член Партії регіонів, мусульманин Р. Ахметов, передрукувала карикатури на пророка Мохаммада з данської газети «Jillands Posten» у лютому 2006 р. Мотивація такого вчинку залишається невідомою, та все ж можемо припустити, що це було просто комерційне рішення для більш потужної рекламної кампанії газети, а також ідеологічний хід у час передвиборчої кампанії. Про передрук газетою «Сегодня» карикатур на пророка Мохаммада заявила більшість провідних ЗМІ країни, що не могло не вплинути на реалізацію тиражів цієї газети. У період агітації перед виборами до Верховної Ради разом з карикатурами на пророка Мохаммада збільшена аудиторія газети отримала й іншу передвиборчу інформацію.

Після перемоги на виборах Президента України 2010 р. В. Януковича вплив російського вектора на інформаційне поле й політичну культуру став відчутнішим.

У день терактів у Москві навесні 2010 р. українська влада прийняла рішення посилити охорону в метрополітені Києва, про що повідомила низка ЗМІ. Таким чином у громадян України формується сприйняття мусульман як загрози громадському спокою. Це при тому, що за всю історію незалежної України жодна мусульманська організація за жоден теракт не брала на себе відповідальність. Для порівняння, коли в столиці України навесні 2010 р. мав місце реальний теракт – вибух у київському клубі «Бінго» – жод-

них превентивних заходів у клубах із боку правоохоронців не було організовано.

Підписання двосторонньої угоди між Україною та Росією, яка передбачає перебування Чорноморського флоту Російської Федерації, викликало обурення організацій кримських татар не лише тому, що вони не можуть забути депортацію 1944 р. Це відзначили очільник Меджлісу М. Джемільов та експерт Центру близькосхідних досліджень І. Семиволос. Останній зокрема наголосив, що газета ЧФ РФ «Русичі» акцентує на необхідності жорсткого ставлення до кримських татар, редакційну політику експерт оцінив як расистську й антитатарську. За таких умов у кримських татар може посилитись відчуття несприйняття України як суверенної держави, яка захищає їхні інтереси й права [1].

Українські ж ЗМІ переважно не розглядають подовження дії угоди щодо перебування ЧФ на території України, дію їхніх ЗМІ та таку реакцію на теракти в Москві з точки зору поглиблення розколу між українцями та кримськими татарами, в яких поглиблюється відчуття непотрібності й нереалізації свого потенціалу саме в цій державі. За таких умов ситуація з Кримом для України може лише загостритись і зрештою негативно вплинути на суверенну цілісність держави.

Перед першим офіційним візитом Президента РФ Д. Медведєва до України у травні 2010 р. стало відомо, що до складу делегації входить Президент Чечні Р. Кадіров. За рік до цього Президент Чечні інформаційній агенції Reuters заявив: «Грузія, Південна Осетія, Україна – все це буде тривати і тривати. Це приватна хвороба Росії. Чому ми повинні завжди страждати, якщо ми можемо ліквідувати цю проблему? Ми велика країна, у нас є все: армія, технології. Ми повинні атакувати» [4]. Р. Кадіров до України не приїхав, але за кілька місяців він дав інтерв'ю газеті «Сегодня» й таки вплинув на формування образу мусульманина та ісламської ідентичності в ЗМІ України, посилюючи дію російського вектора. «В Україні ваххабітів більше, ніж у Чечні, якщо ви з ними не будете боротися, то вони у вас накоплять те саме, що і у нас. Раніше ваша влада була прозахідною. А зараз про співпрацю можна говорити. У вас до влади, нарешті, прийшли нормальні люди» [2]. Як ми бачимо, інформаційне поле України перебуває під сильним впливом суб'єктів політичного процесу сусідньої держави.

Якщо нині в інформаційному полі з'явилася ідея боротьби з радикальними мусульманськими течіями, то за часів президентства Л. Кучми та головування В. Януковича в Донецькій облдержадміністрації спецслужби не переймалися

такими питаннями: вони вважали наявність радикальних течій у Криму сприятливими для формування децентралізованої спільноти кримських татар, припустив 2007 р. в експертному інтерв'ю авторові цієї праці Е. Аблаєв, муфті мусульман Криму та очільник Духовного управління мусульман Криму. Він, зокрема, зазначив, що це робилося задля того, щоб запобігти створенню ідейно єдиної кримськотатарської громади в Криму, яка за умов економічної занедбаності регіону та нереалізації свого національного потенціалу могла б підняти в подальшому питання про незалежність, а відтак стати загрозою для суверенітету держави.

Протягом 2009–2010 рр. процес формування образу мусульманина в політичній культурі України потрапив під сильний вплив російського вектора й формує здебільшого ворожий образ мусульман та радикальну мусульманську ідентичність. Формування ж ісламської ідентичності більшою мірою залежить від впливу мусульманського вектора. Але російський вектор може сприяти більшій її радикалізації, враховуючи заяви Р. Кадірова та інформаційне поле, яке створюють такі ЗМІ, як газета «Русичі» ЧФ РФ.

Небезпеку ефекту кривого дзеркала в інформаційному потоці вже змогли оцінити спецслужби та урядовці Великобританії. Міністр внутрішніх справ цієї країни Дж. Сміт у січні 2008 р. наголосила на тому, що у формулюваннях для офіційних заяв про тероризм як вид діяльності відтепер замінюють словосполучення «ісламський тероризм» на «антиісламська діяльність». Служби безпеки Великобританії вважають, що неприпустимо пов'язувати тероризм з ісламом, оскільки екстремізм жодним чином не стосується жодної релігії, шахідство та іншого роду теракти суперечать безпосередньо ісламу – гуманній релігії, а джихад як поняття, пов'язане з тероризмом, фактично вилучається з обігу офіційних повідомлень. Такій підхід був визнаний загальноурядовою стратегією та імplementований у державну інформаційну політику [13].

Це поставило нові акценти в ідентичності «ми і вони». Уряд став на шлях формування справді гуманної мусульманської ідентичності та мирного образу мусульманина в масовій свідомості, де до поняття «ми» входять усі люди, які обстоюють мир на землі, тобто і мусульмани, а «вони» – це ті, хто своїми діями порушують стабільність, мир і спокій. Проте свою інформаційну державну політику Великобританія не по-

ширювала на комерційні ЗМІ і таким чином демократично дала медійникам право обирати свій шлях формування громадської думки, однак влада дала зрозуміти, що для представників уряду таке формулювання тепер буде обов'язковим і в такому напрямі розроблятиметься подальша стратегія контртероризму.

У серпні 2010 р. продовженням цього напрямку на геополітичній арені щодо формування образу мусульманина та ісламської ідентичності, які б протиставлялись тероризму, стала заява президента США Б. Обами. Він підтримав будівництво мечеті поблизу місця трагедії, що сталася 11 вересня 2001 р. у Нью-Йорку, наголосивши, що мусульмани мають право у США, як і будь-яка інша релігія, на свободу віросповідання, й ця релігія мирна [11].

Інформаційне поле України лише нещодавно поповнилось контентом у формуванні образу мусульманина й ісламської ідентичності, який сприяє зменшенню рівня національної відокремленості населення України. До Дня незалежності 2010 р. на замовлення телеканалу «Інтер» сценарист М. Гресь та режисер А. Гресь зробили 14 роликів мовами нацменшин України, де етнічні ансамблі рідною для них мовою співають гімн України та вітають українську державу з її Днем незалежності. В одному з таких роликів взяли участь представники кількох ансамблів Всеукраїнського татарського культурного центру «Туган Тел». Такі проекти сприяють творенню позитивного образу мусульман і формують ісламську ідентичність кримськотатарського населення так, як це роблять у мультикультурних державах розвинутої демократії,

Зростання рівня національної дистанційованості населення у випадку з арабами, турками, чеченцями стосується і релігійної дистанційованості населення. Це може спричинити порушення прав людини, послаблення політичного та соціального фундаменту демократичної держави, національної єдності та громадянського суспільства тощо. Проблематика міжетнічної та міжрелігійної толерантності набуває дедалі більшої актуальності через зростання кількості конфліктів, особливості державної інформаційної політики й редакційної політики ЗМІ. Отже, об'єктивність та толерантність у формуванні образу мусульманина та ісламської ідентичності вкрай важливі для зменшення рівня ксенофобії та ізоляваності цих етносів в Україні.

1. Гайжевская Т. Черноморский Флот как раздражитель для крымских татар [Електронний ресурс] // Обозреватель. – 1.05.2010. – Режим доступу : <http://www.obozrevatel.com.ua/news/2010/4/30/365082.htm>. – Назва з екрана.
2. Золотухина И. В Украине ваххабитов больше, чем в Чечне [Електронний ресурс] / И. Золотухина, Р. Кадилов // Сегод-

- ня. – 24.06.2010. – № 136 (3560). – Режим доступу : <http://www.segodnya.ua/interview/14147754.html>. – Назва з екрана.
3. Ісламська ідентичність в Україні / О. Богомолів, С. Данилов, І. Семиволос, Г. Яворська. – К. : АМЕС, 2005. – 130 с.
4. Кадилов закликав Росію «ліквідувати» Грузію та Україну [Електронний ресурс] // УНІАН. – 24.12.2009. – Режим

- доступу : <http://www.unian.net/ukr/news/news-353795.html>. – Назва з екрана.
5. Кулик В. Дискурс українських медій: ідентичності, ідеології, владні стосунки / В. Кулик. – К. : Часопис «Часопис «Критика»», 2010. – 651 с.
 6. Паніна Н. Українське суспільство 1994–2005: соціологічний моніторинг / Н. Паніна. – К. : ТОВ «Видавництво Софія», 2005. – 160 с.
 7. Притула О. Будем закрывать комментарии? [Електронний ресурс] / О. Притула // Українська правда. Блоги. – 21.07.2009. – Режим доступу : <http://blogs.pravda.com.ua/authors/prytula/4a65b1ab36f82/>. – Назва з екрана.
 8. Словарь практического психолога / [сост. С. Ю. Головин]. – Минск : Харвест, 1997. – 800 с.
 9. Федорів І. П. Новітні тенденції у формуванні політиками й громадськими організаціями мусульманських медіаголдінгів. Вплив ЗМІ на формування ісламської ідентичності українців / І. П. Федорів // Публіцистика і політика : збірник наукових праць. Вип. 1 (5) / [за заг. ред. А. А. Чічановського]. – К. : Грамота, 2008. – С. 112–120.
 10. Covering Islam: challenges and opportunities for media in the global village / Atlas, Syed Farid ed. – Singapore : Centre for Research on Islamic and Malay Affairs (RIMA); Konrad-Adenauer-Stiftung, 2005. – 191 p.
 11. Obama defends plan for mosque near 9/11 site [Electronic resource] // BBC – 14.08.2010. – Mode of access : <http://www.bbc.co.uk/news/world-us-canada-10973837>. – Title from the screen.
 12. Said E. W. Covering Islam: How the Media and the Experts Determine How We See the Rest of the World. Revised edition / E. W. Said. – N. Y. : Vintage, 1997. – 272 p.
 13. Slach J. Government renames Islamic terrorism as 'anti-Islamic Activity to Woo Muslims' [Electronic resource] / J. Slach // The Daily Mail. – 17.01.2008. – Mode of access : <http://www.dailymail.co.uk/news/article-508901/Government-renames-Islamic-terrorism-anti-Islamic-activity-woo-Muslims.html>. – Title from the screen.

I. Fedoriv

HOW MASS-MEDIA SHAPE MUSLIM IMAGE AND THE ISLAMIC IDENTITY IN POLITICAL CULTURE OF INDEPENDENT UKRAINE

This article is about influence of suggestor's, who form Muslims' image and Islamic identity and actively participate in content producing process in the information realm of Ukraine. Media content analysis helps to shape and to understand Muslims' image and Islamic identity formed by suggestors in the political culture of Ukrainians, as well as the aims of the suggestors, guided by which they influence changes in images and identities shaping.

Keywords: *Muslim's image, Islamic identity, mass-media, information policy, content.*

УДК 316.346.2:061.233

Гаращенко С. В.

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ГЕНДЕРНОЇ РЕАЛЬНОСТІ СУСПІЛЬСТВА ТА ТИПУ ПОЛІТИЧНОЇ СИСТЕМИ

У статті запропоновано визначення терміна «гендерна реальність (дійсність)» та зроблено спробу окреслити фактори, що впливають на формування гендерної реальності суспільства. Розкрито місце та роль категорії «гендер» у сучасних політичних системах, запропоновано критерії типологій політичних систем залежно від інтегрованості гендерного підходу.

Ключові слова: *гендер, гендерна реальність, політична система.*

Системні дослідження гендерної проблематики в українській суспільній науковій думці почалися на початку 90-х років ХХ століття. Таке зрушення було зумовлено потребою в нових вимірах наукового осмислення трансформаційних процесів, що відбуваються в суспільстві, нових тенденцій у процесах розвитку політичних систем. Етапи розвитку гендерних досліджень в Європі та США вельми відрізняються від відповідних етапів в Україні та в ін-

ших пострадянських країнах. Гендерні дослідження в Західній Європі та США започатковувались на основі феміністської течії, що в Україні та країнах колишнього СРСР не була розвинута через наявність умовної соціальної рівності обох статей, а також «стирання» офіційною політичною ідеологією професійної нерівності жінок та чоловіків.

Одними із перших дослідників гендерної проблематики в Україні були І. Жеребкіна, О. Кісь,