

Щоб виконати це завдання, Україна потребує часу. Коли Росія ще відносно слабка, Україна вже досягла визнання Росією свого суверенітету та територіальної недоторканості, завершуючи, таким чином, історичний цикл недовіри та підозри. Україна, звичайно, не була проти розширення НАТО, вбачаючи в цьому противагу Росії, яка допомагає зберегти «дихальний простір» України та дозволяє консолідувати українську незалежність.

На жаль, блискуча дискусія Гарнета щодо українських кордонів та інших труднощів, пов'язаних з Росією та Румунією, була завершена одразу після виходу книжки у світ, коли президенти обох цих країн підписали міждержавні угоди з Україною (хоча ці угоди мають ще бути ратифіковані парламентами усіх трьох країн). Однак це не завдає шкоди послідовності його аргументів. Монографія закінчується закликом до західних урядів не ставитись до України в контексті розширення НАТО або її зв'язків з Росією. Натомість Гарнет вносить шість пропозицій для західних урядів, які включають: визначити зацікавленість Заходу в колишньому СРСР; розширити засоби для співпраці та діалогу; переконати Західну Європу бути більш зацікавленою в Україні (яка співпрацює лише з Німеччиною та Великобританією); зберігати військову стабільність, формувати ясну політику й погляди на інтеграцію СНД та зміцнення двосторонніх американо-українських відносин.

Тарас Кузьо

(З англійської переклали Вікторія і Олена Гуменюк)

Г.Г. Почепцов. Символы в политической рекламе. – К.: Принт Сервис. – 1997, 332 с.; Имидж: от фараонов до президентов. Строительство воображаемых миров в мифе, сказке, анекдоте, рекламе, пропаганде и паблик релейшинз. – К.: Адеф-Украина. – 1997, 328 с.; Имидж & выборы. Имидж политика, партии, президента. – К.: Адеф-Украина. – 1997, 136 с.

Російський письменник М. Горький на початку ХХ сторіччя писав, що «людина – це система фраз». Це висловлення, з деякими припущеннями, можна перенести й на будь-який соціальний об'єкт. Справді, якщо під «фразою» будемо розуміти повідомлення певною мовою (вербальною чи не вербальною, мовою мистецтва чи міміки, рухів чи одягу, символів чи комп'ютерів), то за допомогою елементарної операції ототожнення будь-яку подію, істоту, спільноту і т.п. можна розглядати як систему фраз (повідомлень). Дуже цікаво працює це ототожнення в умовах сучасного суспільства, одним з базових принципів якого (незважаючи на внутрішній демократичний чи тоталітарний устрій) є принцип «народного суверенітету». Його сутність можна виразити висловом «уся влада належить народу», всі інститути, хоч би теоретично, «виражають волю народу», діють від його імені. Аксіомою вважається право демосу визначати устрій, внутрішню і зовнішню політику держави, в деяких країнах навіть визнається право на повстання, насильницьку зміну влади. Це право на визначення політики реалізується через вибори (приведення до

влади) можновладців. Але 99,99999% виборців не знають, і навіть теоретично не можуть знати, тих людей, за яких вони голосують (або йдуть на барикади). Вони мають справу лише з образами своїх кандидатів (героїв). Як пише Р. Прайс (цит. за: Г.Почепцов. I&B, С. 5), «Відповідь йде на імідж, а не на людину... Не людину повинні ми змінювати, а уявлення». Додамо від себе, а чи існує взагалі саме людина, а не уявлення про неї?

Проблемі створення та аналізу цього уявлення, чи, як зараз прийнято казати, іміджу, і присвячено рецензовані книги професора Г.Почепцова. Роздуми стосовно актуальності цього напрямку досліджень зараз, напередодні «великого українського виборчого марафону», здаються не досить доречними. Достатньо вийти на вулицю, ввімкнути телевізор, щоб стати об'єктом агресивної політичної пропаганди, одним з найважливіших прийомів якої є використання символів, і хоч часто-густо воно недолуге, як наприклад в рекламі «Взяли рейхстаг, возьмем и Верховный Совет» (відсилка до стереотипу взятого міста, яке, зрозуміло, повинне бути віддане на поталу переможцям), тим більш необхідність у працях, присвячених проблемі використання символів у політичній рекламі. Дослідження «Символи», що можна сприймати як першу частину своєрідної трилогії, і присвячене цій проблемі. Книга складається з п'яти розділів, у яких, починаючи з «Основних законів ПР» до «Досвіду практичної діяльності із створення символів», дається цікавий аналіз теоретичних і практичних проблем, що виникають під час дослідження проблеми застосування символів у політичній, ширше іміджевій, діяльності. Автор, спираючись на класичні, переважно філологічні та семіотичні моделі (С. 73 – 82, 212 – 279), робить досить вдалу спробу дослідження впливу символічного світу на масову, суспільну свідомість в умовах сучасних пострадянських країн (С. 195 – 206, 292 – 311). Важливою особливістю праці є те, що автор виходить з необхідності адаптації, а не прямого перенесення західних політичних технологій до нашого досвіду, культурного контексту. Досить ретельно проаналізовано введене Бурдьє поняття так званих «символічних революцій» (С. 306 – 311). Цікавим, з нашого погляду, є наведений Г. Почепцовим аналіз іміджу казкових персонажів з точки зору побудови політичного (передвиборного) іміджу (С. 207 – 211). У праці на високому фаховому рівні розглянуто великий обсяг як фактологічного, так і теоретичного матеріалу. Іноді складається враження, що думкам, наявному матеріалу не вистачає рамок дослідження політичної ролі символів. І це цілком зрозуміло, бо відомо, що у кожному символі у згорнутому, «архівованому» (використовуючи комп'ютерні неологізми) вигляді живе світ. Як уся сучасна математика міститься в аксіомах Пеано і правилах виводу, як весь наш світ, на думку богословів, міститься у Біблії, так і кожен символ містить свій світ. Реконструювати його – цікаве завдання. А в нашому (політичному) контексті ще важливішим і цікавішим є завдання конструювання світів. Саме цьому і присвячено другу книгу, «Імідж», яка має підзаголовок «Будівництво уявних світів у міфі,

казці, анекдоті, рекламі, пропаганді і паблік релейшінз». Дослідження побудоване класичним чином, у першому розділі вводиться інструментарій, другий присвячено історії предмета, у третьому і четвертому аналізуються сучасні проблеми побудови уявних світів, у п'ятому пропонуються практичні підходи до створення іміджів, у шостому автор, одним з перших в нашій науці, розглядає надзвичайно актуальне питання війни іміджів. Практично, вперше у вітчизняній науці здійснено достатньо вдалу, а від того і цікаву, спробу дослідити проблеми функціонування, життєвого циклу уявних світів як соціального, а не тільки мовного, філологічного процесу в сучасних умовах.

Покажемо це, на прикладі проблеми війни іміджів. Г. Почепцов пише, що «імідж звичайно погано межує з чужим іміджем, будемо називати це його агресивністю» (С. 228). Практично завжди імідж є фрагментом якоїсь більш широкої картини, навіть абсолют потребує для маси антипода, «сатана – мавпа Бога». Тому здається за більш доцільне казати про системність іміджів. Далі наводиться теоретична розвідка цього мало дослідженого в нашій науці питання. Показано типологічну спорідненість «психологічної війни» і «пропагандистської кампанії». Надзвичайно цікавим є дослідження перебудови і постперебудови як комунікативних процесів. Висновок щодо використання в них технологій масової культури є важливим, навіть політично значущим, у контексті глобалізації інформаційної сфери. Закрите, традиційне суспільство у боротьбі проти інформаційного впливу приречене на програш. Застосування старих технологій навіть теоретично не може дати бажані результати. Інакше кажучи, «булава» все одно програє «макдоналдсу», як нею не розмахуй, проте як і партквиток. Комп'ютеру може протистояти лише комп'ютер, й аж ніяк не сільська ідилія. Необхідна відкритість, спрямованість у майбутнє, а не в минуле.

Важливою особливістю книги є великий список літератури за темою дослідження та перекладів праць західних учених і практиків у галузі іміджелогії. До речі, останнє є найкращою характеристикою рівня даної книги, автор не боїться сусідства визнаних західних авторитетів.

Спільною властивістю обох вище розглянутих книг є їх певна теоретичність. Дещо інший характер носить третє дослідження – «I&B». Його відмінність можливо побачити вже на рівні використаних джерел, це переважно праці практиків, мемуари, тоді як і «Символи», і «Імідж» використовують теоретичні культурологічні, філологічні, семіотичні твори. В «I&B» багато цікавих спостережень з сучасного політичного життя України. Як зразок, наведемо досить дискусійну, але від того не менш цікаву думку про фактичну однопартійність нашого політичного життя (С.72). В цій книзі зроблена спроба й більш структурованого, наближеного до цілей освіти, наведення матеріалу, введення «законів іміджелогії» (С. 38 – 41), специфічних рис іміджу чоловіка (С. 48 – 57) і жінки (С. 58 – 62) – політиків і таке інше.

Книгу «I&V» можна рекомендувати насамперед тим, хто бажає вперше познайомитися з проблематикою політичної іміджології.

Підсумовуючи, необхідно відмітити наступне, спільне для усіх трьох праць, що рецензуються:

1. Книги «Символи», «Імідж» та «I&V» написані в стилі, який яскраво свідчить про авторство. Навіть не дивлячись на обкладинку, можна зрозуміти, що вони написані Г. Поцепцовим. Відомо, яка це рідкість у науковій літературі.

2. Усі три праці містять багато цікавих, іноді дискусійних думок. Часто цим думкам навіть не вистачає місця на сторінках. Проте, можна сподіватися, що інші спеціалісти з започаткованої, про що вже можна казати, професором Почепцовим київської школи іміджології, та й сам автор, зможуть розгорнути намічені сюжети в ґрунтовні наукові розвідки.

3. Всі три книги можна рекомендувати для прочитання фахівцям, усім, хто цікавиться проблемами масової комунікації, – як одні з найбільш цікавих вітчизняних досліджень у цій галузі.

О.В. Литвиненко

S. Simonek: Ivan Franko und die «Moloda Musa». Motive in der westukrainischen Lyrik der Modern. – Köln – Weimar – Wien: Böhlau Verlag, 1997. – 446 pp. (Bausteine zur slavischen Philologie und Kulturgeschichte. Neue Folge 23).

Уже в передмові до «Зів'ялого листя» Іван Франко висловлює своє амбівалентне ставлення до модернізму. Він подає свою книжку поезій як вірші самогубця й остерігає читачів цитатою з невеличкого вірша, якою Гете предмовив видання свого «Вертера»: «Sei ein Mann und folge mir nicht nach» (Будь чоловіком і не наслідуй мене).

Стефан Сімонек детально розглядає цю проблему у своїй віденській дисертації. Він висвітлює двоїсту роль Франка в літературному контексті свого часу: Франко виступає як «сором'язливий модерніст, котрий водночас завзято критикує «патологічну школу письменників-декадентів». Парадоксальним чином, власні Франкові вірші несуть на собі очевидні знаки модерністського впливу, які простежуються до французьких, польських і німецьких джерел. Та хоча Франко досягає формальної досконалості у своїй модерністській поезії, він не належить до прихильників естетизованої ідеології цього ж таки модернізму. Не?ативна оцінка Франком декадентської поезії (Варлена, Пшибишевського, Вайлда) проявлялася в його небажанні визнати недовговічний гурток поетів, які збиралися від 1906-го до 1909 року у Львові, назвавши свою спілку «Молода Муза». А проте слід зазначити, що поетичним зразком для «молодомузців» було саме «Зів'яле листя» – найяскравіше це, либонь, відбилося у фіктивному виданні Петром Карманським нотаток самогубця – «З теки самоубийця», – де повторено художній прийом Франка. Таким чином, Франко опинився в досить-таки незручному становищі – його