

С. С. Ширин

ПАРАДИГМЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ОБРАЗА РОССИИ НА УКРАИНЕ

Существует мнение, что современная политика в наибольшей степени зависит от средств и технологий ее реализации¹. Благодаря этим средствам и технологиям политические процессы воспринимаются простыми людьми в виде неких упрощённых образов, что позволило немецкому философу и социологу Ю. Хабермасу ввести по аналогии с понятием «идеология» новый термин «имагология»², которым стали обозначать выражение «систематического искажения, возникающего в процессе коммуникации и ослабляющего политические действия путём формирования отношения ответственности к политическим действиям как к точной копии их образов, каковой они не являются»³. Имагологию можно понимать как выражение системы взглядов, облечённое не в форму идей, а в форму образов, создающих видимость эмпирического подтверждения данной системы взглядов.

Обсуждение важных общественных и политических вопросов происходит в кафе и салонах, подобно обсуждению литературных произведений,— так, словно они не имеют прямого отношения к реальной повседневной жизни. И на самом деле, широкой общественности доступны лишь образы, имеющие минимальное отношение к действительности. Современная общественность утратила способность критического суждения о политической реальности, главным образом, из-за того, что не имеет к ней непосредственного доступа. Общественность имеет дело не с реальностью, а с псевдо-реальностью, созданной СМИ и сопровождающейся псевдокритикой (из того же источника). Псевдокритика также становится предметом широкого потребления и развивается в направлении удовлетворения вкусов весьма невзыскательной аудитории.

Именно с такой псевдокритикой зачастую связана проблема ксенофобии. Неприятие инородцев и иноверцев в том или ином обществе в наши дни не всегда означает, что даже самые активные пропагандисты в достаточной степени знакомы с культурой, образом жизни и мировоззрением тех, против кого они борются. Чаще всего речь идёт именно о том, что в определённых общественных кругах, иногда при помощи тех или иных политических технологий, формируется некий стереотипизированный образ чужой страны, на основе которого общественность и судит о её населении. Формирование образа одних стран в общественном мнении других стран в силу этого должно быть — и становится — одним из наиболее актуальных предметов исследования в современной политической науке. Это особенно важно в тех случаях, когда отношения между народами (как на государственном, так и на общественном уровне) претерпевают изменения и появляются тенденции к их ухудшению, что грозит ростом ксенофобии.

Для российской науки в целом не характерны генерализации в политических исследованиях, связанных с проблематикой национальных образов. Основной спектр работ, в которых затрагивается данная тема, представляет собой исследования конкретных случаев⁴. В настоящее время в стадии становления находятся несколько научных школ, считающих одним из приоритетных направлений своего развития исследование внешнеполитических образов. Одна из них, формирующаяся в Дипломатической

академии и представленная именами Ю. Б. Кашлева, Э. А. Галумова, К. А. Хачатурова, делает акцент на практические аспекты формирования образов в дипломатии ⁵. Другая, складывающаяся на кафедре международных гуманитарных связей Санкт-Петербургского государственного университета, ориентирована преимущественно на исследование роли внешней культурной политики государства в формировании позитивного образа страны ⁶.

Мы часто сталкиваемся с различной трактовкой понятия образа у разных авторов, с различной методологией и теоретической основой исследования образов. Иногда бывает так, что методология в таких псевдонаучных работах вообще не обозначается, а теоретическая основа и вовсе отсутствует, что приводит к неразберихе, подмене понятий и создаёт трудности для использования этих исследований в дальнейших разработках проблемы национальных образов, которые (особенно в контексте проблемы ксенофобии) приобретают несомненную практическую ценность в современном международно-политическом поле.

Попытаемся предложить теоретические основы исследования несомненно актуального вопроса формирования образа нашей страны на Украине, отношения с которой являются одним из приоритетных направлений внешней политики России. Использование различных теоретических основ должно привести к установлению конкретных детерминант формирования такого образа. Определение этих детерминант крайне важно для проведения подлинно научного исследования образа России на Украине, которое позволило бы выявить истинное отношение украинского общества к нашей стране, что, в свою очередь, исключило бы возможность манипулирования общественным мнением при помощи спекуляций по поводу дискриминации наших соотечественников на Украине и антироссийской ксенофобии.

В англоязычной традиции в научном дискурсе выделяются «реальные» образы (образы, являющиеся точными копиями реальных вещей) и ментальные или вербальные образы, созданные с установкой на то, что они искажают реальность. При этом ряд исследователей не соглашается с тем, что ментальные и вербальные образы неизбежно искажают реальность. Наоборот, к примеру, С. Холл и М. Барнард считают, что такие образы гораздо более приближены к реальности, чем визуальные копии вещей, которые всё же являются не более, чем закодированными сообщениями⁷. Литературовед У. Митчелл также отмечает, что в научном мире распространена идея об одинаковой степени объективности аудиовизуальных и ментально-вербальных образов ⁸. Очевидно, что исследователю образа России на постсоветской Украине необходимо уделить должное внимание обоим этим компонентам национального образа. Очевидно также, что оба они могут оказывать влияние на формирование ксенофобии: способствовать или противодействовать её появлению.

Аудиовизуальный образ России создают российские СМИ (в основном, электронные), до сих пор в значительной степени имеющие доступ к украинскому слушателю и зрителю и представляющие ему «картинки» из российской жизни, а также миллионы русских, оставшихся на территории Украины после распада СССР и волей-неволей воспроизводящих быт, характерный для их культуры. Очевидно, что формируемый образ в сравнительно малой степени соотносится с российскими реалиями. Ментально-вербальные образы, базирующиеся на этих и других источниках, являются если не более объективными, то, по крайней мере, более разносторонними.

Для выявления парадигм исследования формирования образа России на постсоветской Украине обратимся к классификации научных подходов к исследованию феномена образа, предложенной одним из наиболее часто цитируемых авторов, занимающихся разработкой этой проблематики, Эрки Карвоненом ⁹.

С «картинкой в голове» имели дело самые первые теории образа в социальных науках. Эта традиция берёт своё начало в работе У. Липпмана «Общественное мнение», написанной в 1922 году¹⁰. Липпман рассматривал образ как «псевдофакт». Если исследователь выбирает в качестве теоретической основы своей работы концепцию У. Липпмана, ему, очевидно, следует остановиться на «картинках», которые украинские жители видят в российских СМИ и в жизни своих русскоязычных сограждан. Нельзя при этом забывать, что, с одной стороны, когда после распада СССР 11,8 миллионов русских оказались на территории Украины, они уже не могли ощущать себя этническим большинством великой страны, они стали одним из этнических меньшинств в малых странах, а с другой стороны, перед государством, на территории которого оказались этнические русские, встал важный политический вопрос: как можно манипулировать этой группой населения в своих политических интересах и как они сами могут действовать на политической арене от своего имени или от имени своей исторической родины? Какое влияние эти социальные группы могут оказывать на общественное мнение и на политическую картину в соответствующих странах? Поскольку 80 % жителей Украины, не относящихся к титульной нации, являются русскими, этот вопрос имеет огромную политическую значимость. Исследователь должен учитывать, что формирование образа России на Украине её русскоязычными гражданами не свободно от влияния украинского государства.

Следующей теорией, которую Э. Карвонен выделяет в качестве одного из основных направлений социальных наук, изучающих образы, является теория, согласно которой образ есть некая схема, когнитивная структура. Последователи этой теории опираются, прежде всего, на книгу экономиста К. Боулдинга «Образ. Знание в жизни и обществе»¹¹, увидевшую свет в 1956 году. Согласно концепции Боулдинга, знание базируется на информации, которую субъект получает от объекта в результате преднамеренной коммуникации или случайной утечки информации. В любом из этих случаев в сознании формируется образ как структура, в которую облекается знание. Более того, он складывается, даже если коммуникация была неосознанной. Исследователям образов как когнитивных структур имеет смысл акцентировать своё внимание, например, на таких детерминантах формирования образа России на Украине, как самосознание украинцев. Самосознание украинцев никогда не соотносило их с Украиной как с государством. Украинцы — это этнолингвистическая, а не национально-государственная общность. Поэтому процесс построения новой идентичности не мог не подвергнуться влиянию идентичности старой. Одним из оснований нового государства не могла не стать, наряду с декомунизацией и деколонизацией, дерусификация, которая, безусловно, способствовала формированию негативного образа России в сознании множества украинцев.

Третья теория, выделенная Карвоненом, рассматривает образ как подмену реальности. Данная теория основана на концепции, изложенной в книге Д. Бурстина «Образ, или Что случилось с американской мечтой», написанной в 1961 году¹². Бурстин рассматривает образ с точки зрения «отправителя» информации в процессе коммуникации. «Отправитель» может намеренно передать получателю ложную или частично истинную информацию. Поэтому Бурстин сравнивает образ с театром, со спектаклем, симуляцией, называет его псевдособытием и псевдореальностью. Исследователи, придерживающиеся этого направления, видимо, уделяют первоочередное внимание при разработке проблемы формирования образа России на постсоветской Украине российской пропаганде. Россия зачастую использует внутренние проблемы Украины для продвижения своих интересов на международной арене и в своей внутривнутриполитической пропаганде. Из уст российских политиков часто можно услышать намёки на то, что украинская

независимость в ее нынешнем виде — временное явление, что рано или поздно над Украиной будет установлена гегемония — если не Россией, то Соединёнными Штатами. Эти заявления оказывают существенное влияние на украинскую политическую жизнь. Они мобилизуют украинских националистов и национал-демократов и противодействуют установлению консенсуса в украинском обществе по вопросу отношений с Россией. Благодаря такой «пропаганде» существует тенденция обвинения во всех трудностях Украины невидимой руки Москвы, которая также является частью образа России.

Ряд политиков в России считают «неестественной» принадлежность Крыма Украине, полагают, что рано или поздно он должен быть «возвращён» России, и даже напрямую связывают судьбу Черноморского флота с судьбой всего полуострова, в портах которого он базируется. Вызывает отторжение на Украине и отношение России к странам СНГ как к зоне своих жизненных интересов, что выражается в попытке во что бы то ни стало сохранить на их территориях свои военные базы и развивать интеграцию в военно-политической сфере. Наличие баз российского флота на украинской территории противодействует эскалации возможных конфликтов двух государств, поскольку при помощи Черноморского флота Россия способна контролировать морскую границу Украины и даже парализовать её морскую торговлю. Это также не способствует формированию позитивного образа нашей страны на Украине.

Существует и более радикальная теория, рассматривающая образ только как феномен, обусловленный медиатехнологиями. Работы, которые можно отнести к этой теории, как правило, посвящены исследованию СМИ, в контексте которого возникает более частный аспект — процесс формирования образов. К ним, прежде всего, относятся работы М. МакЛюэна¹³, У. Онга¹⁴, Н. Постмана¹⁵. В каждой из них рассматривается формирование средствами массовой информации образов в общественном мнении. Наиболее полно, на наш взгляд, данная теория изложена в книге Дж. Уикоффа «Образные кандидаты. Американская политика в век телевидения», написанной в 1968 году¹⁶. Очевидно, что эта теория ограничит исследователя образа России на постсоветской Украине детерминантами, имеющими непосредственное отношение к средствам массовой информации. Например, большое значение должно придаваться таким фактам, как появление в 1995 году в украинской прессе «Манифеста украинской интеллигенции», в котором было сказано: «Вновь возобновляется многовековая политика «Украина без украинцев», нацеленная на уничтожение украинской нации»¹⁷. В манифесте поддержка русского языка и русской культуры ассоциировалась с деукраинизацией, проводимой большевиками в 30-е годы XX века. В первые годы правления Л. Кучмы, победившего на президентских выборах под лозунгами построения добрососедских отношений с Россией, в подобных действиях видели ту же «невидимую руку Москвы».

В стадии формирования находится теория, рассматривающая образ как элемент потребительской эстетики. Данная теория восходит к двум трудам, появившимся независимо друг от друга: книге В. Паккарда «Скрытые средства убеждения»¹⁸ и книге В. Хауга «Критика потребительской эстетики»¹⁹. В обоих произведениях речь идёт о культуре потребления, о товарах и об упаковке как носительнице определённого образа, специально сформированного для борьбы за покупателя и для привлечения потребителей. Исследователи отмечают тенденцию переноса подобной трактовки образа на исследования иных сфер общественной практики, в частности, на исследования взаимодействия культур, однако целостная теория пока ещё не создана. На сегодняшний день устоявшимся вариантом использования идей Хауга и Паккарда в социальных науках является распространённое в социологии коммуникаций представление о том, что продажа-потребление — это один из основных видов или языков коммуникации

в современном обществе, и образ (внешний вид) товара — это один из основных знаков данного языка²⁰.

В рамках этой теории можно выделить детерминанты формирования образа России на Украине, связанные с попытками России «продать себя». Эти попытки во многом являются неудачными, особенно, если обратить внимание на тот факт, что Россия требует максимального сохранения русского языка на Украине, никак не пытаясь продемонстрировать, что она не стремится ущемить украинский язык. В русскоязычном меньшинстве бытует мнение, согласно которому определённые притеснения культурных прав этого меньшинства суть проявления «прозападной», «антироссийской» политики. При этом и часть украиноязычного населения разделяет это мнение²¹. На самом деле, это, вероятно, всего лишь попытка преодолеть негативные последствия того политического компромисса, в результате которого Украина стала продолжением СССР в постсоветскую эпоху. Русскоязычные жители Украины могут восприниматься остальным населением этой страны так же, как во всем мире определёнными общественными кругами воспринимаются американцы: как люди, ожидающие, что все вокруг должны знать их язык и общаться с ними на их языке, но не желающие, в свою очередь, изучать никакие иностранные языки. В этом отношении и Россия, поддерживающая русскоязычных жителей Украины, не может надеяться на формирование позитивного образа.

Ещё одна теория рассматривает образ в контексте управления впечатлением (так называют приёмы, позволяющие человеку корректировать впечатление, производимое на окружающих). Исследование управления впечатлением берет своё начало от работы И. Гоффмана «Представление себя в повседневной жизни»²², вышедшей в свет в 1959 году. В ней автор делает акцент на том, каким образом люди производят позитивное впечатление, стимулируют появление у своих собеседников определённого представления о ситуации, вызывают уважение к себе и т. д. В исследованиях международных отношений использование этой теории возможно только в рамках концепций политического реализма, рассматривающих государство как цельный неделимый объект, что позволяет уподобить отношения между государствами отношениям между людьми. Если рассматривать Россию как сложное, неоднородное социально-политическое формирование, то невозможно говорить об использовании Россией в целом каких-либо приёмов корректировки впечатления, производимого ею на Украину в целом.

Близка к взглядам Гоффмана концепция, рассматривающая образ, прежде всего, как один из способов убеждения в риторике. В относительно завершённом виде данная концепция была изложена в 1986 году Р. Червитцом и Дж. Хикинсом в книге «Коммуникация и знание: исследование риторической эпистемологии»²³ и развита ими, а также другими авторами в 1992 году в сборнике «Риторический и критический подходы к публичной риторике»²⁴. Риторика понимается этими авторами как способ заставить людей смотреть на вещи с желаемой точки зрения. В этом смысле имиджмейкинг (создание образов) рассматривается как управление восприятием собеседника. Каждый реальный объект, согласно этой концепции, является многосторонним, обладает множеством свойств. Благодаря этому, объекты могут быть рассмотрены с разных сторон, при помощи различных подходов. Каждое рассмотрение создаёт свой образ объекта, соответствующий той или иной точке зрения. Таким образом, риторика, по своей глубинной сути, является выбором определённой точки зрения.

Эта концепция диктует выбор детерминант формирования образа России на Украине, основанный на российско-украинской коммуникации. Исследователям, придерживающимся данной концепции, нельзя пренебрегать историей такой коммуникации, а также

историографическими вопросами. В частности, украинские патриотически настроенные исследователи относят начало формирования украинского этноса ещё ко временам Киевской Руси. Именно этот этнос стал основой государственности на украинской территории, превратившись в украинский народ, который далее существовал в латентной форме в условиях московского империализма, а в XIX–XX веках стал основой для формирования украинской нации. Учёт этого мнения требует проследить историю «российско-украинской» коммуникации, начиная с древнейших времен.

Следующая теория рассматривает образы как коллективные символы и представления. Она берет своё начало в работе американского философа-неоджоркгеймианца О. Клаппа «Символические лидеры: общественные драмы и публичные люди»²⁵. Клапп исследовал социальное взаимодействие и затрагивал вопросы известности и использования известных людей в качестве коллективных символов. Он предложил символическую интерпретацию публичных образов политиков, поп-идолов и т. д. В этом смысле исходным пунктом для анализа образа России на Украине должно быть обращение к различным социальным символам. Например, для России символом её военного могущества является Черноморский флот. Для Украины Черноморский флот не имеет такого символического и стратегического значения, как для России, но сам факт размещения баз российского флота на территории Украины воспринимается в Киеве как угроза территориальной целостности страны. Таких символов на Украине немало. Даже центральный вопрос внешней политики Украины имеет не столько реально-политическую, сколько символическую природу. Это выбор приоритета: развивать политические, экономические и военно-политические связи с Европой и Западом или с Россией и СНГ? Даже вопрос межнациональных отношений — это, прежде всего, вопрос о симулякрах, избранных гражданами Украины для самоидентификации. В советское время национальность определялась по национальности родителей. Если официально оба родителя были украинцами, то их дети также считались таковыми, при этом не имело никакого значения, знают ли они украинский язык или нет. А, например, русскоязычный ребёнок украинки и еврея в шестнадцать лет вынужден был выбирать между двумя этими национальностями и не мог стать «русским». Именно в соответствии с записями в старых советских паспортах многие украинцы до сих пор определяют свою национальную принадлежность.

Можно сказать, что в западных областях (кроме Волынской и Ровненской) определяющую роль в формировании национальной самосознания играла Греческая католическая (униатская) церковь, к которой относит себя большинство верующих жителей этих регионов. Но в центральных и восточных областях господствующие там православные церкви такой роли не играли. После того, как в XVIII веке украинское православие было поглощено Русской православной церковью, православие, скорее, служило стиранию различий между украинцами и русскими, о чём украинские националисты говорят как о «русификации» украинского населения. Именно поэтому в 1920 году на волне национализма была создана Украинская автокефальная православная церковь, ликвидированная Советским Союзом спустя десять лет и вновь начавшая свою деятельность в 1990 году, на новой волне национализма. Эта церковь уже использовала национальную риторику в своей деятельности.

Немаловажным символом в отношениях Украины и России служат и наши языки — украинский и русский. Обучение в украинских школах до 1958 года велось на украинском языке. А когда в 1958 году Н. С. Хрущёв провёл реформу, предоставив родителям возможность выбора языка, на котором будут учиться их дети, это привело к тому, что украинские диссиденты назвали «русификацией» населения: большинство

городских школ на Украине стали русскоязычными, поскольку родители выбирали для своих детей «язык великого Ленина» (везде, кроме западных областей). Большинство этих диссидентов составляли поэты, прозаики, литературные критики и журналисты. Русский и украинский языки похожи. Русскоязычному человеку выучить украинский язык так же легко, как украиноязычному — русский, но большинство русскоязычных жителей Украины в советское время не желали расширять свои языковые горизонты.

Есть символические периоды, важные для формирования образа России, и в национальной истории Украины. Особая страница истории — голодомор начала тридцатых годов XX века, когда республика была оставлена без зерна, свирепствовал голод и доходило до каннибализма. Погибли миллионы крестьян, составлявших в те годы основную массу украинского населения. Этот период в истории для украинцев не менее трагичен, чем Холокост для евреев. Он символизирует не только ужас советской эпохи, но и беды, пережитые украинским народом под российским доминированием. Но не все на Украине обвиняют в этом русских. Многие считают виновником сталинский режим, в котором участвовали как русские, так и украинцы. Бандеровцы на Украине и за рубежом считают, что Украина должна придерживаться жёсткой политики и заставить русскоязычных жителей признать: Украина — страна украиноязычная, с украинской культурой, и если хочешь в ней жить, необходимо уважать её национальную культуру.

Наконец, можно выделить подход к проблематике образов, рассматривающий общество как арену борьбы за улучшение условий жизни, на которой сталкиваются люди с различными установками и ценностями. Эта борьба происходит и на культурном уровне. Образ при этом рассматривается как формирующийся коллективно социальной группой или всем обществом в целом, в связи с чем он должен быть признан функцией культуры или субкультуры²⁶. Это наиболее комплексный подход, который способен учитывать все выявленные выше детерминанты формирования образа России на постсоветской Украине.

Если сравнить вышеописанные научные концепции образа, можно заметить, что основное их отличие заключается в терминологии и методологии. Каждая концепция оперирует терминами и методами, характерными для той научной области, в рамках которой она была создана. То, что в одной теории называют риторикой, в другой могут назвать борьбой за потребителя, в третьей — подменой реальности, в четвёртой — управлением впечатлением, и так далее. Общее понимание сущности образов в целом идентично. Образ — это представление о реальности, которое формируется с некоторым искажением, возникающим из-за стремления (часто неосознанного) наделить реальность большей степенью соответствия определённым взглядам, системам ценностей, идеям. В процессе коммуникации образ передаётся от одних социальных групп другим.

Итак, использование различных парадигм исследования формирования образа России на постсоветской Украине приводит не только к различной терминологии, но и к применению различных принципов при отборе эмпирической базы, от которой зависит сама сфера исследуемых фактов. Нетрудно убедиться, что выбор парадигмы определяет направленность исследования и в значительной степени предопределяет его результаты. Таким образом, исследование, основанное на любой из вышеприведённых парадигм, кроме последней, не будет в достаточной мере объективным. В условиях непростых отношений наших государств выбор учёным парадигмы исследования формирования образа России на постсоветской Украине является актом политическим, ставя исследование в зависимость от политических, прежде всего, внешнеполитических, факторов.

В эмпирической базе почти каждой из перечисленных парадигм исследования формирования образа России на постсоветской Украине прослеживаются механизмы

формирования антироссийской ксенофобии. В рамках одной парадигмы можно доказать, что активным пособником такой ксенофобии является украинское государство, для которого (с тех пор, как Украина обрела независимость) формирование отношения широких слоёв общественности к русскоязычному меньшинству стало важной политической задачей. При помощи другой парадигмы можно вывести источник ксенофобии из процесса дерусификации, которым сопровождается формирование украинской национальной идентичности. Третья парадигма позволяет обвинить российских политиков в том, что они сами провоцируют украинских националистов на ксенофобию, высказывая суждения о необходимости российской гегемонии в этой стране. И так далее.

Между тем, нельзя упускать из вида тот факт, что в общественном дискурсе проблемы ксенофобии на Украине поднимаются в основном в контексте расизма и антисемитизма, которые практически не имеют никакого отношения к России и к её образу (разве что иногда можно услышать утверждения о том, что ксенофобия на Украину пришла из России). Поэтому чрезмерное внимание к отдельным аспектам исследования, посвящённого формированию образа России на постсоветской Украине, может привести к неверному толкованию проблемы генезиса ксенофобии. Думается, что наибольшей объективности можно достичь только при условии умелого комбинирования всех исследовательских парадигм в одном комплексном, разностороннем и, вероятно, коллективном исследовании.

¹ *Franklin B.* Packaging Politics. London, 1994; *Lichtenberg J.* Democracy and the Mass Media. Cambridge, 1990; *Scammell M.* Designer Politics. London, 1995.

² *Habermas J.* The Structural Transformation of the Public Sphere. Cambridge, 1989.

³ *Simons J.* Ideology, imagology, and critical thought: the impoverishment of politics // *Journal of Political Ideologies*. 2000. Vol. 5. Iss. 1. P. 81.

⁴ *Павловская А. В.* Россия и Америка: проблемы общения культур. Россия глазами американцев, 1850–1880-е гг. М., 1998; *Уткин А. И.* Россия и Запад: проблемы взаимного восприятия и перспективы строительства отношений. М., 1995.

⁵ См.: *Галузов Э. А.* Международный имидж России: Стратегия формирования. М., 2003; Информация. Дипломатия. Психология: Сборник материалов «круглого стола» и лекций преподавателей Дипломатической академии Министерства иностранных дел России. М., 2002.

⁶ См.: *Боголюбова Н. М., Николаева Ю. В.* Источники формирования внешнеполитических образов (методологический аспект) // *Толерантность, журналистика, политика, культура*. СПб., 2003. С. 102–111; *Боголюбова Н. М., Николаева Ю. В.* К вопросу историографии исследования этнических стереотипов // *Мавродинские чтения 2004. Актуальные проблемы историографии и исторической науки. Материалы юбилейной конференции, посвящённой 70-летию исторического факультета СПбГУ*. СПб., 2004. С. 101–103; *Боголюбова Н. М., Николаева Ю. В.* Культурный обмен в системе международных отношений. СПб., 2003.

⁷ См.: *Hall S.* Encoding/decoding // *Culture, Media, Language*. L., 1992. P. 128–138; *Barnard M.* Advertising: the Rhetorical Imperative // *Visual Culture*. London, 1995. P. 26–41.

⁸ См.: *Mitchell W.* What is an image // *New Literary History*. 1984. Vol. 15. No 3. P. 517.

⁹ *Karvonen E.* Imagologia. Imagon teorioiden esittelyä, analyysiä, kritiikkiä (Imagology. Presentation of Public Image Theories: an Analysis and Critique). Acta Universitatis Tampereensis 544. Tampere, 1997.

¹⁰ *Lippman W.* Public Opinion. New York, 1922.

¹¹ *Boulding K.* The Image: Knowledge in Life and Society. Ann Arbor, MI, 1997.

¹² *Boorstin D.* The Image or What Happened to the American Dream. New York, 1961.

¹³ *McLuhan H.* Understanding media: The extensions of man. New York, 1964.

¹⁴ *Ong W.* Oralität und Literalität. Die Technologisierung des Wortes. Opladen, 1992.

¹⁵ *Postman N.* Technopoly: The surrender of culture to technology. New York, 1992.

¹⁶ *Wyckoff G.* The Image Candidates: American Politics in the Age of Television. New York, 1968.

¹⁷ Manifesto of the Ukrainian intelligentsia // *Towards an Intellectual History of Ukraine. An Anthology of Ukrainian Thought from 1710 to 1995*. Toronto, 1996. P. 395.

- ¹⁸ *Packard V.* The Hidden Persuaders. New York, 1958.
- ¹⁹ *Haug W.* Kritik der Warenästhetik. Frankfurt—M., 1971.
- ²⁰ *Karvonen E.* Popular Culture and Mastery of Life // Finnish Papers Presented at the IAMCR Conference, Brazil, 1992. Tampere, 1992. P. 24–40.
- ²¹ CM.: *Jaworsky J.* Ukraine: Stability and Instability. Washington, DC, 1995. P. 45–54; *Riabchuk M.* Culture and Cultural Politics in Ukraine: A Postcolonial Perspective // Dilemmas of State-Led Nation Building in Ukraine. London, 2002. P. 49; *Weller C.* Mass Attitudes and Ethnic Conflict in Ukraine // Dilemmas of State-Led Nation Building in Ukraine. London, 2002. P. 72.
- ²² *Goffman E.* The Presentation of Self in Everyday Life. Garden City, 1959.
- ²³ *Cherwitz R., Hikins J.* Communication and Knowledge: An Investigation in Rhetorical Epistemology. Columbia, SC, 1986.
- ²⁴ Rhetorical and Critical Approaches to Public Relations. Hillsdale, NJ, 1992.
- ²⁵ *Klapp O.* Symbolic Leaders. Public Dramas and Public Men. Chicago, 1964.
- ²⁶ CM.: Image and Remembrance. Indiana, 2002.