

Національна Академія Мистецтв України
Інститут культурології

**Шляхи вирішення актуальних проблем
функціонування й забезпечення цілісності
національного культурного простору України**

*Аналітична записка
для органів виконавчої влади України*

Київ 2020

Аналітична записка підготовлена в рамках виконання фундаментальної науково-дослідної роботи на тему «Єдність культурного простору України у контексті соціокультурних трансформацій».

Керівник НДР – зав. відділом соціології культури ІК НАМ України,
доктор філософ. наук Судакова В.М.

Відповідальний виконавець НДР – старший наук. співробітник ІК НАМ України,
канд. техн. наук, засл. діяч мистецтв Гриценко О.А.

Стислий зміст документа (Executive Summary)

Сучасне становище в культурному просторі України спричинило низку **серйозних проблем** різного роду.

Економічні: домінування на ринках України іноземних мас-культурних індустрій, криза вітчизняних креативних індустрій, вплив творчих кадрів за кордон. **Соціокультурні:** зниження рівня задоволення культурних потреб суспільства та креативного потенціалу України. **Політичні:** потужний і неконтрольований вплив іноземного інформаційно-культурного продукту на світогляд, цінності, ідентичності громадян України.

Попередня державна політика (зокрема, податкові пільги) дозволила частково подолати кризу культурних індустрій, однак інші зазначені проблеми не знайшли ефективного розв'язання. На те були як об'єктивні причини, так і суб'єктивні, зокрема те, що в культурній та медійній політиці керувалися застарілими **територіальними й лінгвістичними уявленнями** про національний продукт і культурний простір.

Відповідно до сучасних концепцій світової науки та на їх розвиток, пропонується в аналізі культурного простору України та в розробленні політики, спрямованої на вирішення його проблем, використовувати **полісферичну модель культурного простору** й поняття **дискурсивних ідентичностей** його елементів.

За цією моделлю культурний простір розуміється не як фізичний простір країни, а як **сукупність публічних сфер**, котрі своєю дією (творенням і поширенням контенту) охоплюють її суспільство і є комунікативно сумісними та ідентичнісно спорідненими з даною громадянською нацією.

Публічна сфера – це просторово структурована сукупність елементів (людей та інституцій), поєднаних культурною комунікацією й організованих навколо центрального елемента – **генератора** культурного контенту (телеканалу, інтернет-платформи, осередку громадянського суспільства, творчого колективу тощо). У ході діяльності публічна сфера формує власну **дискурсивну ідентичність** і проектує її на свою аудиторію.

На базі такої моделі **пропонується:**

по-перше, здійснити спершу **системний аналіз**, а потім – **регулярний моніторинг** культурного простору України;

по-друге, за їх результатами розробити й запровадити низку **реформістських заходів** культурної та медійної політики.

Орієнтовно, серед таких заходів можуть бути:

- удосконалення протекціоністського законодавства для національного культурного продукту, що ґрунтуватиметься не на спрощених засадах місця виробництва чи мови, а на комплексі дискурсивних ознак продукту, за прикладом канадських 'CanCon Rules' (правил щодо «канадського змісту»);

- створення фонду чи програми грантової підтримки стартапів у національних креативних індустріях, котрі обіцяють обернутися виникненням нових, популярних серед молоді публічних сфер, та інше.

1. Суть та актуальність проблеми

На час здобуття державної незалежності України її культурний простір та ідентичності різних груп її суспільства мали фактично постколоніальний характер. Культурний простір УРСР не становив самостійної системи з окремою національною ідентичністю, а складав частину єдиного культурного простору СРСР, що в ньому влада здавна намагалася сформувати єдину для всього населення культуру, ґрунтовану на комуністичній ідеології та російській мові, а також – єдину ідентичність «нової історичної спільноти радянського народу».

У 1990-і роки в культурному просторі України й далі домінували інформаційно-культурні індустрії (ТБ, преса, радіо, кінематограф, популярна музика) колишньої метрополії, з відповідним контентом та ідентичностями, а чимало громадян новопосталої національної держави мали у кращому випадку номінальну українську ідентичність, зберігаючи радянську чи російську ідентичність культурну (дискурсивну). Вивільнення ринкових сил та інтегрування України до глобального культурно-інформаційного простору додали ще й засилля глобалізованої комерційної мас-культури.

Таку ситуацію багато хто розглядав (і тепер розглядає) як серйозну проблему, що її слід вирішувати також засобами державної політики. Насправді можна сформулювати низку проблем різного роду, обумовлених зазначеним становищем у культурному просторі України:

- Економічні проблеми – опанування ринку України іноземними мас-культурними індустріями та глибока криза вітчизняних індустрій (книговидання, кіно, преса), скорочення зайнятості в них, вплив кваліфікованих творчих кадрів;
- Соціокультурні – погіршення рівня задоволення культурних потреб суспільства, зменшення креативного потенціалу України;
- Політичні й безпекові – потужний і неконтрольований вплив іноземного інформаційно-культурного продукту на світогляд, систему цінностей та ідентичності наших громадян.

2. Попередній досвід вирішення проблеми

Спроби вирішити ці проблеми засобами державної політики робилися вже із середини 1990-х років, вони зосереджувалися на таких головних напрямках:

- формування режиму податкового протекціонізму для окремих культурних індустрій (кіновиробництво, книговидавнича справа) з метою виведення їх із кризи¹;
- регулювання ефірного й екранного контенту (кінопрокат, телебачення, радіо) через їх мовний режим, встановлення квот для вітчизняного та/або україномовного продукту в ефірі²;
- пряме фінансування створення національного культурного продукту (кіновиробництво, закупівля книжок для бібліотек тощо).

Майже два десятиліття такої державної політики дозволити принаймні частково вирішити проблеми першої, економічної групи, тобто зберегти національні культурні індустрії, й навіть посилити їхню присутність на вітчизняному ринку, в національному культурному просторі (в кінопрокаті, радіо-ефірі, на книжковому ринку). Однак у вирішенні проблем другої та третьої груп прогрес виявився значно скромнішим.

Такі наслідки пояснюються частково – світоглядним і смаковим консерватизмом суспільства, частково – глобалізацією та потужною конкуренцією західних і російських електронних медіа й культурних індустрій, але почасти – концептуальними недоліками описаної державної політики, котра ґрунтувалася на застарілих і внутрішньо суперечливих уявленнях про те, що собою являють національна культура, національна ідентичність та національний культурний простір модерної громадянської нації в добу глобалізації та новітніх інформаційних технологій.

А саме: при розробленні законодавчих актів, що визначають режим податкового протекціонізму для національного культурного продукту (зокрема, книжки та фільму), керувалися територіальним уявленням про національний культурний простір (національним фільмом є будь-який фільм, вироблений в Україні за участі вітчизняних суб'єктів кіновиробництва, аналогічно – українською вважається будь-яка книжки, надрукована в Україні). Натомість законодавство, що має забезпечити присутність українського культурного продукту в теле- та радіо-ефірі через

¹ Йдеться про Закони України «Про кінематографію» (зі змінами 2010 і 2016-2017 рр.), «Про державну підтримку книговидавничої справи в Україні» (2003), «Про державну підтримку кінематографії в Україні» (2017), «Про Український культурний фонд» (2017) та ін.

² Закони України «Про внесення змін до деяких законів України щодо частки музичних творів державною мовою у програмах телерадіоорганізацій» (2016) та «Про внесення змін до деяких законів України щодо мови аудіовізуальних (електронних) засобів масової інформації» (2017).

створення для нього мінімальних квот, керується при цьому ознакою державної мови.

Таким чином, національна культурна ідентичність у першому випадку ототожнюється з місцем виробництва, у другому – з державною мовою. Обидва підходи є на позір простими у застосуванні правових норм, але, по-перше, мають практичні недоліки³, по-друге, є втіленням уявлень про національну ідентичність і культуру, адекватними для ХІХ й першої половини ХХ ст., але не для сучасності.

Натомість у західній гуманітаристиці наприкінці ХХ ст. домінували інші уявлення – що «епоха націй та націоналізмів» закінчується, а тому ані розуміння цілісності національної культури як мовно-культурної однорідності суспільства, ані ототожнення національного культурного простору з територіальною юрисдикцією національної держави вже не відповідають реаліям глобалізованого й мультикультурного світу. Через те мають бути відкинуті як теоретична база для наукових досліджень і для практичної гуманітарної політики. Соціокультурні проблеми, мовляв, вирішуватимуться не державним втручанням, а «невидимою рукою» глобального ринку, цифровими технологіями, міжнародною інтеграцією та мультикультуралізмом.

Однак ці сподівання не справдилися: у ХХІ столітті реалії світу виявилися зовсім інакшими, чутки про застарілість національних культур та ідентичностей – сильно перебільшеними, а глобалізація, мультикультуралізм і новітні технології, вирішуючи одні проблеми й конфлікти, водночас породили інші, подекуди ще серйозніші.

Шляхи подолання описаних проблем можна умовно об'єднати у два головні напрями:

1) *теоретичний* – в аналізі процесів, що відбуваються в культурному просторі, слід врахувати глобалізований характер культурної комунікації та дискурсивні характеристики різних елементів культурного простору,

³ Два найочевидніші недоліки цих підходів такі: протекціонізм за територіальною ознакою дозволяє іноземним культурним індустріям скористатися даною країною як виробничою базою (так робив Голівуд у післявоєнній Британії, так тепер роблять російські книговидавці у Білорусі), що викривлює мету протекціонізму національної культури; мовні ефірні квоти багатьма сприймаються як непряма дискримінація не-україномовного продукту, що твориться в Україні українськими громадянами.

2) удосконалення *практичної* гуманітарної політики (культурної, медійної, політики ідентичності) – у плані більш ефективної, різноманітної за формами та гнучкої підтримки не лише україномовних культурних та освітніх практик, а й публічних сфер із виразною українською дискурсивною ідентичністю, що дозволить сформувати цілісний національний культурний простір України.

Не претендуючи на те, щоб давати рецепти для вирішення всіх згаданих теоретичних та практичних проблем, далі в цьому документі ми зосередимося на одній – обґрунтуванні нової, відповідної сучасному моменту концепції національного культурного простору, що може стати відправною точкою для створення й застосування нових, ефективних інструментів культурної політики.

3. Оновлення теоретичного бачення культурного простору

Реалізувати поставлене завдання допоможе обґрунтована науковцями Інституту культурології НАМ України *полісферична модель культурного простору*, ставши методичною основою для аналізу сучасного стану культурного простору України та окремих його елементів (публічних сфер).

Традиційні уявлення про національний культурний простір зазвичай ототожнюють його з територією національної держави або ж із ареалом побутування національної (етнічної) культури. У глобалізованому світі такі уявлення є застарілими оскільки сучасні засоби культурної комунікації долають кордони й відстані, а суспільства більшості країн є поліетнічними та полікультурними.

Полісферична модель культурного простору долає ці недоліки. Згідно з цією моделлю, культурний простір розуміється не як фізичний простір країни, а як сукупність публічних сфер різного масштабу, від глобального до локального, котрі своєю дією (поширенням свого культурного контенту) охоплюють її суспільство і є комунікативно сумісними та ідентифікаційно несуперечливими, тобто їх ідентичності тотожні національній ідентичності країни, чи хоча б культурно сумісні з нею.

Публічна сфера трактується як просторово структурована сукупність різнорідних елементів, поєднаних культурною комунікацією й організованих навколо центрального елемента – *осередку-генератора* культурного контенту. Осередком-генератором може виступати ЗМІ зі своєю аудиторією,

або визначний культурний, науковий чи громадський центр (творчий колектив) зі своєю публікою, або популярний інтернет-ресурс зі своєю «спільнотою» тощо.

Публічні сфери в модерній культурі утворюються й на базі неформальних осередків громадянського суспільства (напр., молодіжних субкультур, інтернет-спільнот), не обов'язково фізично розташованих усередині даної країни.

Полісферична модель включає аксіому, що ідентичність (не конче національну й не конче одну) має будь-який елемент цього простору – не лише особи (творці, споживачі), а й тексти культури, осередки-генератори, й самі публічні сфери як цілості.

Групову ідентичність зазвичай розуміють як соціально й культурно обумовлену конструкцію, як наслідок (само-)типізації суб'єкта (особи, групи) з іншими групами, або інституціями, або світоглядними чи політичними ідеалами, що стає можливим завдяки існуванню в даному суспільстві (культурі) вже напрацьованих моделей такої типізації.

Ідентичність тексту культури (зокрема, національна, як наслідок ідентифікації цього тексту з конкретно національною культурою) також буває множинною (наприклад, поруч із англійським Шекспіром є інші – американський, німецький, український, російський тощо). Окрім того, в потоці контенту публічної сфери тексти, що вже мають власні ідентичності, опинившись у специфічному дискурсивному контексті даної публічної сфери, можуть «прочитуватися» інакше і сприяти формуванню ідентичності, відмінної від їхньої власної. Наприклад, політики різних таборів нерідко використовували цитати з Шевченка для посилення власних, інколи протилежних за змістом послань.

Корпоративна ідентичність інституції/осередку теж має важливі особливості. Можна вказати два види корпоративної національної ідентичності. По-перше, номінальна національна «прописка» медійної чи культурної організації. По-друге, ідентичність створеного нею контенту, котра не є автоматично тотожною номінальній ідентичності виробника. Таку відмінну від номінальної, змістову ідентичність генератора або публічної сфери у цілому називатимемо дискурсивною.

Ідентифікація осередку-генератора з більшим цілим – країною, нацією, національною культурою – притаманна далеко не всім публічним сферам;

вона часто відсутня у публічній сфері глобального рівня або мікро-рівня («нішевого» чи місцевого). За браком національної ідентифікації, критерієм приналежності публічній сфері до національного культурного простору можна вважати її сумісність за культурно-комунікативними характеристиками (зрозумілість мови контенту, його ціннісна прийнятність).

Згідно з такою моделлю, та частина населення України, котра не належить до жодної з публічних сфер із українською дискурсивною (не конче україномовною) ідентичністю (а натомість належить до аудиторій публічних сфер з іншими національними ідентичностями), опиняється поза національним культурним простором. Це фактично означає брак цілісності культурного простору країни. Аби з'ясувати, чи справді подібне має місце, діагностувати характер і причини такої нецілісності, та запропонувати засоби її подолання, слід передусім здійснити системний аналіз нашого культурного простору (схема такого аналізу викладена нижче).

4. Схема системного аналізу культурного простору України

Основні етапи системного аналізу такі:

1. Визначення (шляхом експертного обговорення), які основні публічні сфери (ПС) діють у фізичному просторі країни, охоплюючи її суспільство чи істотну його частину своєю дією.

До головних різновидів таких ПС можемо віднести:

а) *ПС глобального рівня (що охоплюють своєю дією Україну також):*

- сформовані транснаціональними медіа (CNN, BBC etc);
- сформовані транснаціональними корпораціями (amazon, google etc);
- сформовані глобальними соціальними мережами (facebook, you-tube);
- міжнародні професійні (мистецькі, наукові та ін.) спільноти й мережі,

б) *ПС національного рівня:*

- сформовані загальнонаціональними медіа (телеканали, преса, радіо);
- сформовані популярними інтернет-порталами, зорієнтованими на загальну аудиторію (ukr.net, укр. правда тощо);
- загальноукраїнські ринки культурних індустрій;
- всеукраїнські культурно-мистецькі асоціації, спілки тощо.

в) *ПС регіонального рівня:*

- сформовані регіональними медіа (телеканалами, пресою, радіо);

- регіональні ринки культурних індустрій;
- регіональні культурно-мистецькі об'єднання та ін.

г) *ПС локального рівня:*

- сформовані міськими телеканалами, радіостанціями, інтернет-ресурсами;
- утворені міськими закладами культури та ін.

д) *ПС галузевого та нішевого рівня:*

- професійні (мистецькі, наукові) спільноти, зокрема й неформальні;
- фахові часописи, портали, з утвореними на їх базі середовищами;
- незалежні творчі угруповання та створені ними майданчики для спілкування й творчості;
- молодіжні та інші угруповання «за інтересами» з їх субкультурами.

2. Збирання й опрацювання експертами матеріалу про діяльність і контент згаданих ПС, із подальшим визначенням (сформувавши для цього відповідні критерії) основних характеристик цих ПС, зокрема – номінальних та дискурсивних ідентичностей осередків-генераторів, обсягів і змісту твореного й поширюваного контенту, розмірів та соціокультурних характеристик їхніх аудиторій.

3. З'ясування дискурсивних ідентичностей аналізованих ПС, їх сумісності з національною ідентичністю (див. Таблиці 1 та 2); оцінка характеру й масштабів її впливу на різні сегменти суспільства.

Таблиця 1. Характеристики та критерії визначення дискурсивних ідентичностей публічних сфер у культурному просторі

Характеристики контенту, що визначають його ідентичності	Критерії наявності домінантної дискурсивної ідентичності
Походження культурного продукту (ідентичність виробника)	Більшість (понад 50%) контенту має таке саме походження
Мова культурного продукту	Більшість контенту має ту саму мову
Тематика контенту (пов'язаність із певною країною, регіоном чи містом, групою в суспільстві, нац. культурою, видом / жанром мистецтва, творчим напрямком)	Тематика більшості контенту пов'язана з тією самою країною, чи регіоном, чи групою, видом/ жанром мистецтва, чи творчим напрямком
Ідентичність автора(-рів), виконавців	Більшість авторів/виконавців мають ту саму (нац., регіональну, чи мистецьку) ідентичність
Ідентичність власника (коли генератор)	Фактичний власник (вітчизняний чи

контенту є юр. особою)	іноземний) є впливовою у країні політичною або бізнес-структурою
Ідентичність (або мовно-культурні характеристики) цільової аудиторії	Цільова аудиторія становить переважну більшість аудиторії генератора контенту

Таблиця 2. Комплекси характеристик, що визначають деякі ідентичності в суспільстві та культурному просторі України

Вид дискурсивної ідентичності	Комплекс характеристик публічної сфери, що дозволяє судити про її наявність
Українська культурна ідентичність	Український культурний чи інтелектуальний продукт складає переважну більшість контенту, поширюваного в рамках цієї публічної сфери; Українська мова домінує як мова комунікації; Українська тематика переважає в новинах, дискусіях.
Ностальгійно-радянська ідентичність	Культурний чи інтелектуальний продукт, створений в часи СРСР (в т. ч. радянський театральний та концертний репертуар) складає значну частину (понад третину) контенту в рамках ПС; Події, діячі, історична спадщина радянського періоду висвітлюються з тими ж оцінками, що й у часи СРСР.
«Загальноруська» ідентичність	Російський та радянський культурний продукт складає переважну більшість контенту, поширюваного в ПС; Увесь контент, що перевищує передбачені законом ефірні квоти на українську мову, є російськомовним. Події та діячі російської історії трактуються як «наші».
Російська ідентичність	Російськомовне населення складає цільову аудиторію ПС; Російський культурний продукт складає не менше половини контенту, поширюваного в ПС; Увесь контент, що перевищує передбачені законом квоти на українську мову, є російськомовним. Події та діячі російської історії, вся російська культурна спадщина (а не лише створена етнічними росіянами в Україні) трактуються як «наші».
Регіональна, місцева ідентичність	Регіональна (місцева) тематика переважає в новинах, дискусіях, дослідженнях; Культурний продукт регіонального (місцевого) виробництва, твори авторів-земляків складають значну частину (понад третину) контенту в ПС.
Меншинна (етнічна, релігійна, гендерна) ідентичність	Представники меншини складають цільову аудиторію; Тематика, пов'язана з меншиною, переважає в контенті; Якщо меншина має свою мову, то вона переважає в даній ПС.
Європейська, космополітична ідентичність	Іноземний культурний продукт складає переважну більшість контенту в рамках даної ПС; Зарубіжна тематика переважає в новинах, дискусіях.
Нішева культурна ідентичність	Представники нішевої групи переважають серед творців контенту і складають цільову аудиторію; Тематика, пов'язана з даною групою та її інтересами, переважає в контенті; наявні ознаки дистанціювання від інших груп у суспільстві, мист. напрямків тощо.

4. Після аналізу всіх основних ПС – «мапування» культурного простору України, з вичленуванням у ньому – того суб-простору, що його доречніше вважати частиною простору інших національних культур.

5. Оцінювання цілісності культурного простору України; за умов його відсутності – визначення можливих шляхів її забезпечення (зокрема, заходів культурної, освітньої, медійної політики).

6. Розроблення та впровадження заходів державної культурної політики, спрямованих на підтримку публічних сфер з українською дискурсивною ідентичністю, розширення їх аудиторій та суспільного впливу.

5. Заходи культурної та медійної політики, спрямовані на розвиток національного культурного простору

У світлі описаної полісферичної моделі культурного простору, цілісність національного культурного простору України в сучасних умовах має забезпечуватися не так дотриманням формальних вимог україномовності культурної комунікації, а тим, що публічні сфери з українською дискурсивною ідентичністю охоплюють впливом усе суспільство України.

Державна політика, спрямована на досягнення цієї мети, має полягати в підтримці публічних сфер з такою ідентичністю, сприянню розширення їх аудиторій та суспільного впливу.

Які елементи сучасної культурної політики України відповідають так поставленому завданню? З огляду на ту обставину, що дискурсивні характеристики культурного контенту впливають на ідентичність публічної сфери, в якій він поширюється, до таких можемо віднести встановлені законом екранні квоти для вітчизняних фільмів у кінопрокаті та в телеефірі. Грантові конкурси Українського культурного фонду, що підтримують культурно-мистецькі проекти, здійснювані в Україні вітчизняними культурними організаціями (тобто в рамках українських публічних сфер, що вже існують) теж сприяють розвитку національного культурного простору.

До цього варто додати й інші інструменти культурної політики, як-от:

- удосконалення протекціоністського законодавства для національного культурного продукту, що ґрунтуватиметься не на спрощених засадах місця виробництва чи мови, а на комплексі дискурсивних ознак продукту, за прикладом канадських ‘*Can-Con Rules*’ (правил щодо «канадського змісту»);

- створення фонду чи програми грантової підтримки стартапів у креативних індустріях, котрі обіцяють обернутися виникненням нових, популярних серед молоді публічних сфер.

6. Очікувані результати проведеного аналізу культурного простору

Короткострокові результати:

- апробована й удосконалена в його ході методика системного аналізу культурного простору на базі полісферичної моделі;
- ініційований процес моніторингу та аналізу національного культурного простору України на базі сучасної системної методології, діагностування його ключових проблем.

Очікувані довгострокові результати:

- створення наукового підґрунтя для оновлення інструментарію державної культурної та медійної політики.
- унаслідок застосування результатів аналізу в практичній політиці – досягнення цілісності культурного простору України, більшої консолідованості її суспільства.

Додаток 1.

Сценарії подальшої трансформації культурного простору України

Прогнозування подальшого розвитку національного культурного простору України доцільніше робити шляхом розгляду кількох альтернативних сценаріїв розвитку подій не лише в культурі, а й у суспільно-політичному житті України, з урахуванням світових тенденцій.

Першим етапом є формулювання таких альтернативних сценаріїв – як позитивних (ґрунтованих на певних ідеалізованих баченнях національної культури, що існують у вітчизняних інтелектуальних чи політичних колах), так і негативних (котрі ґрунтуються на поширених катастрофічних прогнозах наслідків «хибної» державної політики української влади).

Тут розглядатимемо три «ідеальні типи» національної культури, що, на погляд тих чи інших діячів, можуть бути досягнуті шляхом посткомуністичної трансформації та цілеспрямованої культурної політики в Україні:

1. Домінантна, мономовна національна культура, створена зусиллями патріотичної культурної еліти й цілеспрямованими діями «націоналізуючої держави» (*Nationalizing state*, за

Р. Брубейкером), та перетворена на культуру всього суспільства – такий ідеал був сформований у Центрально-Східній Європі наприкінці XIX століття, з досвіду французького, німецького та італійського націєтворення, й донедавна вважався магістральним шляхом розвитку культур європейських націй. Назвімо його *патріотичним ідеалом*.

2. Ідеал ліберальної європейської громадянської нації-держави з відкритою, поліетнічною культурою – частиною європейського культурного простору. Ідейним підґрунтям для нього служать політичний лібералізм та мультикультуралізм. Назвімо його *європейським ідеалом*.

3. Ностальгійний пострадянський ідеал – Україна та її культура як складовий елемент «руського міра», як підсистема більшого культурного, цивілізаційного простору, засадничо відмінного від західної цивілізації. Назвімо його *«руськомірським» ідеалом*.

Погляньмо, як співвідноситься кожен із трьох «ідеалів» із суспільно-політичним і культурним контекстом сучасної України, з її культурною політикою, й уявімо, яких заходів потребувала б сьогодні реалізація відповідного «ідеалу», та якими були б наслідки політики, спрямованої на втілення кожного з описаних ідеалів у подальшій перспективі.

Почнімо з втілення *патріотичного ідеалу*. В українському суспільстві, зокрема серед еліт, завжди було чимало прихильників цього ідеалу, хоча вони й не становили більшості. Якщо оцінювати культурний простір України з перспективи патріотичного ідеалу, як його окреслено вище, то реальність виявляється від нього далекою. Державна політика, спрямована на його досягнення, мала би передбачати такі заходи:

- послідовне витіснення з громадсько-політичного життя та з культурного простору «неукраїнських», тобто ворожих щодо української національної державності й щодо української культури сил;
- промоція національної ідеї (ідеології державотворення), можливо, навіть намагання перетворити її на офіційну ідеологію держави;
- мовна українізація ключових публічних сфер;
- культурна деколонізація (де-советизація), витіснення з культурного простору України культурного продукту колишньої метрополії;
- протекціонізм щодо національного культурного продукту, активна розбудова національного культурного простору через формування публічних сфер із виразною національною ідентичністю.

Чи досяжний *патріотичний ідеал* національного культурного простору в умовах сучасного глобалізованого світу? Століття тому національні держави Заходу здавалися втіленням цього ідеалу, а інші нації та культури – такими, що запізніло прямують до нього. Але сьогодні близькими до мономовного, монокультурного ідеалу залишаються хіба що Китай і Японія.

В сучасній Україні, услід за іншими європейськими державами, політичною конкретизацією патріотичного ідеалу став мовно-культурний протекціонізм, зокрема – постулат утвердження української мови «в основних сферах суспільного життя». Після 2014 року культурна й мовна політика України повернула саме в бік *патріотичного ідеалу*. Але мета сформувати мономовну, моноетнічну українську культуру для всього суспільства,

асимілювавши меншини, все ж не ставилася – йшлося радше про формування україномовної «тонкої соціетальної культури» (термін В.Кімлічки).

Впроваджувалися заходи, що лежать у річищі українізації й де-советизації культурного простору України, передусім протекціоністичні закони для культурних індустрій (ефірні квоти на радіо й телебаченні, податкові пільги для української кінематографії, музики, книговидавання); жорсткіше мовне законодавство.

Статистика й соціологія останніх років засвідчила певну успішність цієї політики, принаймні за формальним показниками. Зокрема, головним джерелом інформації про події в Україні та у світі для понад 87% наших громадян сьогодні стали українські телеканали, для понад чверті – українські веб-сайти, натомість російське ТБ залишається основним джерелом інформації лише для 5% населення (на Сході цей показник сягає 10%).

У радіо- й телеефірі зросла присутність української мови, української популярної музики, телефільмів українського виробництва. Тобто змінилися мовні характеристики та дискурсивні ідентичності багатьох публічних сфер, що діють у культурному просторі України. Водночас у тих галузях, де не діють формальні квоти на україномовність (преса, Інтернет) і далі домінує російськомовний контент. Тому згадані формальні успіхи не варто плутати із загальною суспільною підтримкою чи зміною культурної ідентичності більшості суспільства. За опитуванням KMIC (2017), запровадження мовних квот в ефірі ТБ й радіо підтримують 33.1%, а проти них – близько 43%.

Це породжує сумнів у незворотності змін на користь україномовного контенту в культурному просторі України. Але в умовах продовження російської агресії політичне рішення про відмову від українізаційної мовно-культурної політики теж навряд чи було б підтримане більшістю суспільства.

Варто зауважити, що російськомовний тижневик чи веб-сайт у сучасній Україні нерідко має виразно українську громадянську й дискурсивну ідентичність, при цьому його контент є культурно ближчим російськомовному населенню. Однак сучасна державна політика не передбачає цільової підтримки таких публічних сфер.

Неувага держави до формування й розвитку російськомовних публічних сфер з українською дискурсивною ідентичністю об'єктивно закріплює нецілісність культурного простору України – принаймні для тих, хто й сьогодні зберігає прихильність до російських ЗМІ та їхнього контенту.

Отже, наскільки здійсненним є «звужений» патріотичний ідеал, тобто – чи можна в майбутньому очікувати утвердження української мови (й національної культурної ідентичності) в основних сферах суспільного життя? Відповідь залежить від того, який зміст вкладати в поняття «утвердження». Якщо йдеться про те, щоб україномовний контент (продукт) стабільно складав мінімум половину пропозиції в усіх основних публічних сферах із номінальною українською ідентичністю, то, за допомогою мовного й податкового протекціонізму, ще й підтриманого санкційними заборонами на культурний продукт країни-агресора, забезпечити такий стан культурного простору України цілком можливо, зберігаючи згадані квоти та мовні вимоги.

Однак чи означатиме це, що не менше половини потоків контенту в культурному просторі України складатиме національний культурний продукт? Імовірно, що ні. Як відомо, україномовність кінопрокату й телеефіру сьогодні забезпечується переважно шляхом дублювання й титрування імпортного продукту, натомість ані на книжковому ринку, ані в дедалі популярнішому музичному та кінематографічному стрімінгу жодних мовних квот немає. Та й україномовність, як ми вже констатували, ще не означає української національної ідентичності – чи то для культурного продукту, чи то для його творця, поширювача, споживача. А без активного розвитку національних культурних індустрій зафіксовані в останні роки зміни в культурному просторі України не набудуть тривкості й глибини.

Водночас – імовірність того, що Україна в ближчому майбутньому відмовиться від культурного протекціонізму, є практично нульовою. Адже така політика (практикована, згадаймо, вже довгий час у багатьох європейських країнах) є наслідком, з одного боку, усвідомлення об'єктивної економічної й культурної реальності, а з іншого – суспільно-політичного консенсусу.

Натомість перспектива збереження іншого елемента сучасної культурної та медійної політики – обмежень і заборон, що стосуються російського культурного продукту та російських телеканалів, – визначається триванням російської агресії на Сході.

Другий ідеальний сценарій розвитку культурного простору – *ліберальний і багатокультурний*, названий нами *європейським*, – на сьогодні вже почасти дискредитований як в Україні, так і у світі загалом.

Досвід багатьох країн показав, що погано продумана політика мультикультуралізму та цілковита відмова від змістовного регулювання контенту публічних сфер не приносить особливих успіхів у подоланні міжетнічних і міжкультурних конфліктів, а натомість надає дешеву платформу прибічникам екстремальних ідеологій, розпалювачам ворожнечі й поширювачам «фейку». На рівні національному така політика заморожує нецілісність культурного простору й конкуренцію ідентичностей у багатоетнічних, багатоконфесійних країнах, а в країнах постколоніальних – сприяє триванню того становища, що його називають культурним колоніалізмом. У випадку України, з огляду на пострадянські риси культурної компетенції її населення, це означає засилля не американської, а російської мас-культури з її антидемократичною, а часто й антиукраїнської ідеологією.

Однак проєвропейський політичний курс сучасної України, а також помітне зростання в ній імігрантських громад, посилюють актуальність ліберального, полікультурного ідеалу, принаймні ключових його елементів.

Насправді привести нинішню мовну та культурну політику України, навіть її «українізаційні» закони, у відповідність із умовними європейськими стандартами в цій сфері було б нескладно, адже ці стандарти не виключають мовних та інших протекційних квот або обмежень на деякі види шкідливого контенту (наприклад, так званого *hate speech*, тобто розпалювання ворожнечі). Потрібно було б зробити мовні квоти не більшими за 50%, а також скасувати заборони політичного характеру – на фільми та пропагандистські книжки російського виробництва. У малоімовірному випадку відкриття перед Україною перспективи

членства в ЄС, та відмови Росії від збройного втручання на Донбасі й від анексії Криму, зробити такі корективи буде неважко.

Які наслідки це матиме для культурного простору? Частина української аудиторії повернеться до російських телеканалів, до російських фільмів у прокаті; частину концертного ринку повернуть собі російські поп-виконавці. Ці частини будуть неоднаковими, залежно від вікової групи та регіону України. Адже частка населення, яка зберігає двоїсті, українсько-радянську та російсько-радянську ідентичності, ностальгує за СРСР та тодішньою культурою, є доволі високою на Сході й Півдні, а також – серед людей пенсійного віку. Тому в цих регіонах і групах суспільства слід очікувати значних рецидивів культурної та ідентифікаційної радянськості та проросійськості.

Натомість серед молодших вікових груп, гнучкіших у своїх уподобаннях, сила російського інформаційно-культурного впливу залежатиме від потужності, різноманіття й доступності інших потоків культурного контенту – національного та західного.

Нарешті, третій сценарій, базований на *«русскомірському ідеалі»*, тобто повернення до постколоніального домінування в культурному просторі України російського контенту й таких російських публічних сфер, як телебачення, музичне радіо, книговидавництво. Цьому сценарію загалом відповідала ситуація в культурному просторі України до 2014 року, з поправкою на окремі елементи культурного протекціонізму, котрі давали можливість якось виживати українському книговидавництву й кіновиробництву.

Відтоді потоки російського продукту в культурному просторі України та вплив російських ЗМІ на її суспільство, як уже констатувалося, сильно ослабли, а рівень довіри до них упав нижче рівня статистичної помилки. Водночас із погляду організаційного та інституційного, знову повернутися до «ватного сценарію» було б не так уже й складно, адже в Україні й досі діють чимало тих самих телеканалів, радіостанцій, газет, кінопрокатних компаній, що й п'ять, і десять років тому, володіють ними ті самі проросійські, а почасти й російські бізнес-структури. Тож знову, як колись, заповнити контрольовані ними публічні сфери російським контентом – це річ суто технічна й фінансова, а з російськими грішми проблеми не було б. Про наявність в Україні чималої аудиторії, готової повернутися до переважно російського культурного раціону, теж уже говорилося. Як показали недавні опитування, заборону транслявання російських телеканалів та заборону на в'їзд до України російським артистам, які публічно підтримали анексію Криму чи агресію на Донбасі, схвалюють близько 35-40% населення.

Політична здійсненність такого сценарію (повернення до потурання інформаційній і культурній русифікації), з огляду на тривання російської агресії на Донбасі, в ближчому майбутньому є невисокою.

Обговорюючи можливі сценарії для майбутнього культурного простору України, не слід оминати увагою «катастрофічних» сценаріїв, що часом фігурують у публічних дискусіях про мовну й культурну політику України. Найпопулярніший із таких сценаріїв – той, що його можна умовно назвати «розколом України», спричиненим буцімто хибною мовною та культурною політикою. Стереотип «двох Україн» уже давно гуляє простором наукових та

політичних дискусій. Як «розколотість» суспільства трактується факт істотних світоглядних і мовно-культурних розбіжностей у ньому. Інколи ці розбіжності та їх експлуатація оголошуються причиною імовірного розпаду країни. У певному сенсі, сценарій «розколу України» вже почасти став реальністю: від України відколото, принаймні тимчасово, Крим і частину Донбасу – регіони, де здавна домінували якщо не цілком російські, то двоїсті, радянсько-російські й радянсько-українські ідентичності, а в культурному просторі доволі впливові російські публічні сфери.

Але треба мати специфічне уявлення про об'єктивність, щоб стверджувати, ніби анексію Криму й війну на Донбасі спричинили не геополітична стратегія й конкретні дії путінської Росії, а такі політичні акції, як скасування мовного «закону Ківалова-Колесниченка» або «героїзація» УПА.

Соціологічні дослідження показують: наслідком державної медіа-політики, спрямованої на усунення російських ЗМІ з культурного простору України, стало не поглиблення світоглядного розколу між Сходом і рештою, а те, що культурний простір України практично став єдиним (за винятком окупованих Росією теренів).

Водночас політика культурного протекціонізму за мовною ознакою (а не за гнучкішими критеріями дискурсивної ідентичності) не зменшує, а радше консервує ідентифікаційні розбіжності в суспільстві, «виштовхує» російськомовні публічні сфери (незалежно від їх дискурсивної ідентичності) поза рамки національного культурного простору. Тому така політика потребує як мінімум удосконалення (див. п. 5 цього документу).