

УДК 379.823(477):159.923.2:654.19

П. В. Мірошніченко

СПЕЦИФІКА УКРАЇНСЬКОГО РАДІОМОВЛЕННЯ ЯК КАНАЛУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ: РЕЗУЛЬТАТИ ЕКСПЕРТНОГО ОПИТУВАННЯ

У статті досліджено рівень усвідомлення радіожурналістами вад і переваг українського радіо як каналу національної ідентичності за результатами експертного опитування, проведеного протягом 2017 р. Відзначено відносно високий рівень усвідомлення фахівцями радіосправи позитивних і негативних рис українського радіомовлення як каналу національної ідентичності та перспектив його розвитку.

Ключові слова: радіомовлення, звуковий образ, національна ідентичність, експертне опитування.

І. Вступ

Проблема визначення сутнісних характеристик поняття «національна ідентичність» цікавить не одне покоління соціальних філософів, соціологів, етнологів і націологів, представників різних наукових шкіл і напрямів досліджень так званої «колективної ідентичності». Особливо зріс попит на наукові студії про роль і значення етносу та нації в період активного розвитку держав і суспільств зі знаком «пост»: посттоталітарних, постколоніальних, постсоціалістичних, постмодерністських тощо. Аспект переходу в їхньому соціокультурному розвитку від однієї суспільно-політичної моделі існування до іншої, супроводжуваний впливом на якість ідентифікаційних практик мас ментальних травм минулого, інформаційно-технологічними й економічними викликами глобалізму, «транснаціоналізму» [3], часто стає наріжним каменем у спробах суспільствознавців чітко розмежувати етнічну та національну ідентичності.

Л. Нагорна вважає, що відмінності між етносом і нацією полягають у розбіжності їхніх ідентитетів. На її думку, «якщо етнічна ідентичність ґрунтується на певній системі об'єктивних ідентитетів – расових, культурних, психологічних (...), то конститутивною основою національної ідентичності виступають ознаки, значно менш «відчутні на дотик» – свідомість, політична воля, громадянство» [6, с. 33]. Натомість дослідники транснаціоналізму (Р. Бурне, В. Євтух [3], Л. Пріс, Л. Корпорович [10] як соціальної ідеології чи руху, спрямованого підкреслювати взаємопов'язаність народів і стирати кордони між національними державами, суголосного місії глобалізму, не схильні до такої рішучої категоризації. Так, зокрема, В. Євтух припускає, що в транснаціональному соціальному полі концепти «етнічність», «національність», «раса», «етнічна група», «етнічна спільнота» накладаються один на одного, взаємодіють, структуруючи, визначаючи особливості його розвитку та функціонування [3]. Напевно, передчуття поширення феномена транснаціоналізму змушувало багатьох дослідників етнічності вживати вищезазначені поняття як синоніми, тим паче, що «ідентичність» є спільним для них ядром.

Спираючись на твердження В. Євтуха, О. Гнатюк [2] про ідентичність як свідомий з боку індивідів і груп процес «іншування», тобто визначення власної тотожності через протиставлення на підставі несхожості (біологічної, поведінкової, побутової, мовної тощо), питомими її характеристиками вважаємо динамічність і схильність до конструювання. У транзитивних суспільствах, до яких належить і українське, ідентичність є вкрай динамічним процесом, тобто індивід здатний змінювати переживання тотожності залежно від часових, суспільно-політичних, соціокультурних змін. Загалом, як наголошує Є. Бабосов, «ідентичність – це суб'єктивне переживання людиною своєї індивідуальності як тотожної самій собі цілісності. Це не властивість, а ставлення, що формується, закріплюється, а іноді й трансформується суто в процесі соціальної взаємодії» [1, с. 21].

Покладені на глобалізацію сподівання знівелювати роль та значення кордонів між національними державами, знецінити етнонаціональні культури, утвердивши в статусі гегемона певну, наднаціональну, не справдилися. Як зазначає Л. Корпорович, «безліч процесів стандартизації та культурної уніфікації породжують дещо парадоксальні, але, відповідно до логіки їхнього перебігу, свої власні «антипроцеси», самозаперечення та «антитенденції», що руйнують попередні закономірності і зрештою призводять до нового правопорядку на горизонті сучасних феноменів. Таким чином формується новий образ культурної реальності» [10, с. 161]. У ній етнічна ідентичність і провідні маркери етнічності зберігають неабияке значення для індивідів і груп, а зважаючи на неабиякий розвиток інтернет-технологій, транснаціонального телебачення та радіомовлення, соціальних мереж власне, роль етнонаціональних ідентитетів посилюється, про що від початку 2000-х рр. авторитетно заявляють зарубіжні дослідники [8; 9; 11; 12; 13; 14; 15; 16].

Нездатність глобальної культури створювати глибокі ментальні наративи, давати масам три-вкі спогади про те, що насправді їх об'єднує на певній території в певний час, як і з тими, хто був тут до них, не залишає сумнівів у її програві національній культурі. Е. Сміт переконаний, що «безчасова глобальна культура не відповідає поточним потребам і не навіює спогадів. Якщо пам'ять – чільний момент в ідентичності, ми не можемо побачити ні глобальної ідентичності в розвитку, ні прагнень до неї, ані жодної колективної амнезії, яка б допомогла замінити наявні «глибокі» культури космополітичною “поверхневою” культурою. Остання залишається мрією небагатьох інтелектуалів. Вона не зачіпає жодної струни серед величезної маси людей, поділених на звичні спільноти за класом, статтю, регіоном, релігією і культурою» [7, с. 25].

За символічною теорією Е. Сміта, що наполягає на етнічному походженні націй, етнонаціональні організми – потужні соціальні групи, що беруть активну участь у процесі соціальної конкуренції (економічної, політичної, культурної) в усьому світі, а завдяки засобам масової комунікації можуть «популяризувати» себе, внаслідок чого в масовій свідомості формуються та поширюються уявлення про виграшні, престижні та програвні, неprestижні етноси. Особливо актуальною роль і значення масмедіа, зокрема радіомовлення, як каналу національної ідентичності в Україні стали сьогодні – добу глобалізаційних викликів і гібридних війн.

II. Постановка завдання

Мета статті – виявити рівень усвідомлення радіожурналістами вад і переваг українського радіо як каналу національної ідентичності.

III. Результати

Експертне анкетне опитування проведено протягом поточного року серед 12 радіожурналістів з різних регіонів України з різним досвідом роботи на радіостанціях різних форм власності та типів мовлення. Його основні завдання:

1) встановити, чи є виявлені в ході попередніх досліджень (науково-теоретичних і емпіричних) іманентні риси національного радіомовлення сутнісні для його творців (журналістів, редакторів, авторів і ведучих програм);

2) визначити рівень усвідомлення радіожурналістами власної ролі та значення як професіоналів і особистостей у процесі формування суспільної свідомості українства;

3) проаналізувати чинники комерційної успішності українських радіопроєктів;

4) схарактеризувати перспективи розвитку українського радіомовлення як засобу масової комунікації та каналу національної ідентичності за умов глобалізму.

Соціально-психологічні онлайн-опитування [4; 5], які провів автор цієї статті, виявили високий аудиторний інтерес до українськомовного радіо. Для більшості респондентів питомими характеристиками українськомовного радіомовлення як каналу національної ідентифікації слухача є українська мова та українськомовна пісня. Опитані неабияк занепокоєні рівнем мовної культури та компетенції радіоведучих. Чимала частка учасників опитування сприймає за негативні подразники такі явища в мовленні радіожурналістів, як труднощі при доборі слів, суржик, шизоглосію (використання української та російської мов в одній програмі, брак перекладу українською російськомовних виступів тощо). Щоправда, остання має й підтримку з боку слухачів – 19% респондентів позитивно ставляться до змішування мов, що підтверджує висновки про поступове призвичаювання масового споживача до нього.

Позаяк на подальший науковий аналіз заслуговувало питання усвідомлення національно-іманентної природи звукового образу українського радіомовлення самими радіожурналістами, ведучими, представниками менеджменту радіоканалів, що організують мовлення, впливають на формування його оцінки, зокрема як національного ідентитету, аудиторією, протягом 2017 р. було проведено експертне анкетне опитування.

Експертами виступили 12 радіожурналістів з різним, щоправда, в жодному разі немалим, досвідом роботи на станціях різної форми власності, типів і форматів мовлення, з різних міст України (Київ, Запоріжжя, Львів, Полтава, Чернівці). Так само різними є посади учасників експертного опитування – від кореспондента, редактора, автора програм, ведучого прямого ефіру до керівників відділів і проєктів. Отже, експертами виступили: Галина Бабій, Олександр Бобошко, Оксана Гладій, Людмила Долженко, Юрій Залізник, Наталія Логвиненко, Інна Савченко, Поліна Снежина, Євген Солонина, Соня (Наталія) Сотник, Оксана Телетій, Марина Франчук.

Професійний досвід у галузі радіомовлення та розмаїття посадових обов'язків потенційних експертів стали основними умовами відбору та запорукою виконання провідного завдання опитування – зібрати надійну інформацію, що дасть змогу виявити рівень усвідомлення фахівцями радіоіндустрії її потенціалу в процесі національної ідентифікації масового слухача.

Від самого початку виникло декілька проблем зі зголошенням потенційних експертів на участь в опитуванні й активністю в заповненні анкет. Загалом з 20 експертів, відібраних на початковому етапі, анкети повернули 12, результати опрацювання яких і покладені в основу цієї наукової розвідки. Під час проведення опитування в багатьох респондентів виникали труднощі морального характеру – сумніви у власній спроможності давати правдиві та вичерпні відповіді на запропоновані запитання щодо оцінки ефективності й перспектив розвитку українського радіо як каналу національної ідентичності зокрема.

Експертам було запропоновано 6 відкритих запитань, формулювання деяких супроводжувалося уточнювальними деталями, покликаними спрямовувати думку опитуваного в річищі дослідження.

Питання, яке безпосередньо стосувалося мети цієї статті, було першим і сформульовано так: «Українське радіомовлення – це?.. (Які сутнісні характеристики, на Вашу думку, вирізняють національне радіомовлення з-поміж радіо інших держав?)»

З 12 експертів лише 4 визначили українську мову як сутнісну характеристику українського радіомовлення. Так само 4 експертів чітко співвідносять українське радіо з НРКУ (нині – ПАТ НСТУ). При цьому один з них має відверто негативні установки щодо ефективності функціонування національного радіомовлення як державного мовника («Найголовніша характеристика національного радіомовлення – спрямованість контенту не на слухача, а на звітність державних установ; мала обізнаність щодо інтересів слухачів та розбіжність у форматах мовлення»). (Особливості мови та стилю експерта збережено – ПМ). П'ять експертів вважають українське радіомовлення, незалежно від форм власності мовників і типів їхнього мовлення, джерелом формування національної ідентичності слухачів, каналом виховання патріотизму. Чотири експерти вкладають у поняття «українське радіомовлення» широкий спектр мовників як за формою власності, так і типами мовлення. І лише 1 експерт при цьому надає більш-менш детальний аналіз негативних і позитивних характеристик державних, комерційних, громадських і інтернет-радіостанцій як узагальнених моделей радіомовлення України. П'ять експертів наголошують на недостатності фінансування українського радіомовлення, що позначається на технічній відсталості державних (нині суспільних) радіостанцій, відносній висоті якості програм, невисокому рейтингу та, відповідно, ефективності впливу на свідомість слухачького загалу. Відверто критичними щодо сутності українського радіомовлення виявилися судження лише 2 експертів, у яких ішлося про мінімальну присутність в ефірі оригінальних ідей, комплекс меншовартості, націленість на миттєвий прибуток незважаючи на перспективи, а також «брак українських голосів». Один із експертів чітко означив українське радіо, на прикладі обласних філій НСТУ, як «домашнє, добре та розумне». Так само 1 експерт чітко протиставив українське радіомовлення закордонному його орієнтацією на сільського слухача. Загалом питання виявилось геть непростим для респондентів. Третина з них українське радіомовлення асоціює з державним (суспільним) мовником (табл. 1).

Таблиця 1

Українське радіо – це?..	
Твердження	Експерти
Українська мова	4
Державне (суспільне) радіо	2
Всі типи мовлення, державне (суспільне) + комерційне	2
Канал виховання патріотизму, ідентичності	5
Недостатньо фінансоване, невисокоякісне	5

Відповіді експертів на наступні питання виявили, що більшість (7) схвально ставиться до запровадження мовних квот у радіоефірі. Запоруками комерційного успіху українських радіопроєктів експерти вважають вдалий формат і знання аудиторії, відмовляючи суспільним мовникам у фінансовій успішності априорі. Серед перспектив розвитку українського радіо опитані назвали широке використання можливостей онлайн-мовлення і соціальних мереж для просування програмного продукту (6), а також стабільну популярність ефірних радіостанцій (4). Дещо нижчі показники експертної підтримки як перспективи мають: конвергенція медіа (3), суспільне радіомовлення (2) та «зростання ролі автора» (2). По одному експерту вбачають перспективу українського радіомовлення в розвитку медійних холдингів і локальних (місцевих) радіопроєктів. Отже, експертне опитування виявило відносно високий рівень усвідомлення радіожурналістами позитивних і негативних рис українського радіо як каналу національної ідентичності, відкритість до реформування його звукового образу на основі комерційної й інформаційної рентабельності, форматного плюралізму та чіткого аудиторного профілювання.

IV. Висновки

За понад 90 років власного розвитку та функціонування, що здебільшого припадали на суспільно-політичний період комуністичної партократії й ідеологічного тиску, національне радіомовлення набуло специфічних рис позитивного та негативного характеру, які й на сьогодні формують його неповторний образ в уяві слухачького загалу та визначають ставлення до нього як ЗМІ. Процес реформування системи радіомовлення України протягом останніх кількох років набув чітких обрисів і перспектив. Гібридна війна змушує акторів постколоніального за характером національного масмедійного простору, серед іншого й галузі радіомовлення, визначитися з власною спроможністю давати гідну відсіч супротивникові, бути надійним гарантом інформаційної безпеки громадян держави, сприяючи підвищенню рівня медіа-культури та грамотності масової аудиторії. Глобалізаційні соціокультурні процеси так само вимагають від українського радіомовлення звернути належну увагу на власний потенціал у процесі національної ідентичності слухачів.

Проблема функціонування українських масмедіа як національних ідентитетів пов'язана зі специфічними рисами соціальної дійсності країни, яка тривалий час перебуває в суспільно-політичному, соціально-економічному, ментальному переході, ускладненому подіями гібридної

війни. Справне виконання вітчизняним радіомовленням за умов тоталітарної ідеології «місії» з розвитку національного історико-культурного нарративу в річищі імперської міфології з настановою на беззастережно плідний і сприятливий вплив російської культури на українську сприяло поширенню етнопсихологічних і етнокультурних травм в українства. Відрив багатьох громадян незалежної України від національної культури, нерозуміння її сутності, неусвідомлення її цінності, які, на думку багатьох дослідників, є наслідком колоніального та тоталітарного минулого, тільки останніми роками, здається, сповільнили темп власного поширення. Не в останню чергу тут позитивну роль відіграли законодавчі ініціативи з реформування українського радіомовлення. Варто хоча б згадати ухвалений нещодавно і запроваджений у щоденну його практику закон про квоти на українськомовний музичний і програмний продукт, який має на меті сприяти розвитку якісної української музики, її тиражуванню та популяризації. Все це вкупі з ефективною програмною політикою може забезпечити українській національній ідентичності в умовах соціокультурного транзиту та гібридної війни надійний захист від неоімперських зазіхань Росії, впливів наднаціональної глобальної культури, від перспективи перетворення постколоніального українського суспільства на неокolonіальне вресі-решт.

Список використаної літератури

1. Бабо сов Є. Особливості та багатоманіття ідентичностей в сучасній Білорусі. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2013. № 4. С. 20–38.
2. Гнатюк О. Прощання з імперією. Українські дискусії про ідентичність. Київ, 2005. 528 с.
3. Євтух В. Етнічність у транснаціональному соціальному просторі: дизайн дослідницького проекту. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2013. № 1. С. 3–27.
4. Мірошніченко П. Національно-іманентні властивості звукового образу українського радіомовлення: аудиторне сприйняття. *Наукові записки Інституту журналістики*. Київ, 2016. Т. 4 (65). С. 74–81.
5. Мірошніченко П. Ставлення користувачів медіа до звукового образу українського радіомовлення. *Наукові записки Інституту журналістики*. Київ, 2015. Т. 59. С. 90–96.
6. Нагорна Л. Соціокультурна ідентичність: пастки ціннісних розмежувань. Київ, 2011. 272 с.
7. Сміт Е. Нації та націоналізм у глобальну епоху. Київ, 2006. 320 с.
8. Esparza D. National identity and the Other: imaging of EU from the Czech Lands. *Nationalities Papers*. 2010. Vol. 38. № 3. P. 413–436.
9. Florea I. A. Symbolic ethnic borders in the virtual space. Frankfurt Oder, 2005. April. 17 p.
10. Korporowicz L. Interactive personality as a challenge in a world of interacting cultures. *Florian Znaniecki's Sociological Theory and the challenges of 21st Century*. New York, 2000. P. 161–167.
11. Leung L. Virtual ethnicity: race, resistance and the World Wide Web. Aldershot, 2005. 196 p.
12. Niehues W. Virtual commuters? The American transnational exchange. *Current Objectives of Postgraduate American Studies*. 2006. Vol. 7. URL: copas.uni-regensburg.de/article/view/90/114.
13. Ong A. Cyber publics and diaspora politics among transnational Chinese. *Intervention*. 2003. Vol. 5. № 1. P. 82–100.
14. Parker D., Song M. New ethnicities and the internet. Belonging and the negotiation of difference in multicultural Britain. *Cultural Studies*. 2009. Vol. 23. P. 583–604.
15. Siapera E. Minority activism on the web: between deliberative democracy and multiculturalism. *Journal of Ethnic and Migration Studies*. 2005. Vol. 31. № 3. P. 499–519.
16. Siapera E. Multiculturalism online: the internet and the dilemmas of multiculturalism politics. *European Journal of Cultural Studies*. 2006. Vol. 9. № 1. P. 2–24.

Стаття надійшла до редакції 23.08.2017.

Мирошніченко П. В. Специфика украинского радиовещания как канала национальной идентичности: результаты экспертного опроса

В статье исследован уровень осознания радиожурналистами недостатков и преимуществ украинского радио как канала национальной идентичности по результатам экспертного опроса, проведенного в 2017 г. Отмечен относительно высокий уровень осознания радиожурналистами положительных и отрицательных черт украинского радиовещания как канала национальной идентичности и перспектив его развития.

Ключевые слова: радиовещание, звуковой образ, национальная идентичность, экспертный опрос.

Miroshnychenko P. Specifics of Ukrainian Radio Broadcasting as a Channel of National Identity: Results of Expert Interview

The scientific research interprets results of expert interview conducted as a part of the author's postdoctoral thesis. The article aims to evaluate radio journalists' level of realization of advantages and disadvantages of Ukrainian radio as a channel of national identity. Expert interviews have been conducted during this year among 12 radio journalists from different regions of Ukraine and with different experience of employment at radio stations of different forms of ownership and formats.

Results of the expert interviews showed that language is one of the main immanent features of Ukrainian radio broadcasting as a channel of national identity and educating of patriotism. 5 experts also admitted limited financial supply and low quality of programming as substantial characteristics of the national radio's sound image. Majority of respondents (7) have positive attitude to establishing language quotas for radio broadcasting. According to the experts, the key elements of commercial success of Ukrainian radio projects are appropriate format and knowledge about their audience, a priori neglecting the financial success of public broadcasters. Among perspectives of development of the Ukrainian radio respondents named wide usage of tools of online broadcasting and social media for promoting programming product (6), and stable popularity of on-air stations (4). Somewhat lower indexes of experts' support are given to media convergence (3), public broadcasting (2) and «enhancing of an author's role» (2). One expert sees a perspective of Ukrainian radio broadcasting in developing the media holdings and another one – in developing local radio projects.

Thus, expert interview revealed relatively high level of radio journalists' realization of positive and negative features of Ukrainian radio broadcasting as a channel of national identity, openness to reforming its sound image on the basis of commercial and informational profitability, pluralism in formats and clear profiling of the audience.

Key words: *broadcasting, sound image, national identity, expert survey.*