

Павло Мирошниченко

Коммуникативная эффективность украиноязычного радиовещания в Украине

Acta Neophilologica 17/2, 43-51

2015

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Павло Мирошниченко

Институт журналистики

Киевский национальный университет им. Тараса Шевченко

КОММУНИКАТИВНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ УКРАИНОЯЗЫЧНОГО РАДИОВЕЩАНИЯ В УКРАИНЕ

Key words: Communicative efficacy, Ukrainian radio, Ukrainian language, language policy, survey

Вопрос полноценного функционирования украинского языка в Украине, как бы парадоксально это ни звучало, является одним из острейших в глоттополитике государства вот уже на протяжении 25 лет. Любая попытка масс-медиа подключиться к ретрансляции основных проблем, связанных с языковым вопросом, и способов выхода/ выходов из них традиционно сопряжена с политическим контекстом и подтекстом. Закономерно, что само состояние и развитие языковой политики в Украине крайне нестабильно, поскольку зависимо от изменчивой «моды» на язык в среде украинских политиков. Об излишней заполитизированности вопроса государственного языка в Украине свидетельствую и результаты многочисленных социологических исследований. Так, совсем недавно Киевский международный институт социологии обнародовал итоги массового опроса на тему «Социально-политическая ситуация в Украине: июль 2015», в котором 47,7% респондентов ради мира готовы придать русскому языку статус второго государственного в стране [Соціально-політична ситуація в Україні: липень 2015]. Правда, высоким остается процент тех, кто против этого статуса для русского языка в Украине – 38%, как и тех, кому сложно определиться с отношением к этой проблеме – 12,6% [Соціально-політична ситуація в Україні: липень 2015]. Но не только сложные, часто трагические, свежие общественно-политические события в стране влияют на обострение языкового вопроса.

Как любому постколониальному обществу, украинскому характерно обостренное восприятие несправедливости в отношении к национальному языку со стороны носителей языка колонизатора. По мнению известного социолингвиста Л. Масенко, «характерной чертой современной языковой ситуации Украины является распространение на ее территории двух языков – украинского и русского, а также разных форм украинско-русского билингвизма и диглоссии» [Масенко 2010, 96].

Ассиметрия двуязычия в Украине – тема крайне актуальная в возродившихся не так давно в стране социолингвистических исследованиях. Термином «диглоссия» «обозначают одновременное существование в обществе двух языков (...), которые используются в разных функциональных сферах. В отличие от билингвизма, диглоссия подразумевает сознательную оценку со стороны носителей языка своих языков по шкале «высокое – низкое» [Масенко 2010, 101]. В современном украинском социуме, согласно социологическим и социолингвистическим исследованиям, все еще сильны тенденции восприятия представителями некоторых слоев общества русского языка как символа престижа, власти, а украинского, по сравнению с ним, как низшего, непрестижного, маргинального. Хотя приблизительно с 2006 года исследователи фиксируют возрастание социального престижа украинского языка в разных социальных и этнических группах в Украине. Так, по данным массового опроса 2006 года, на вопрос, престижно ли сегодня в Украине говорить на украинском языке, 72,3% опрошенных ответили положительно. Достаточно высоким является престиж русского языка – 64,7% респондентов выбрали вариант «престижно» [Масенко 2010, 114–115].

В любом современном обществе средства массовой коммуникации оказывают прямое влияние на осознанность восприятия государственного языка как социально престижного, необходимого для плодотворной социализации, важной составляющей которой является и этническая (национальная) идентификация. В украинском информационном пространстве не так давно наметилась и активно продолжает воплощаться в теле- и радиоэфире странная тенденция к смешиванию украинского и русского языков в рамках одной передачи, одного канала, одного отрезка вещания. Подобная практика отрицательно сказывается прежде всего на украинских детях и подростках, переживающих сложный процесс формирования «идиоэтнической (лингвокультурной) личности» [Манакин 2012, 27]. Ю. Бестерс-Дильгер заметила, что «для этих типов аудитории язык телерадиовещания имеет значительно высший престиж, нежели тот, которому их обучают в школе (...) Одним из особенных признаков украинского телевидения и радио является смешивание языков. Нет телевизионных станций, которые бы вели трансляцию лишь на украинском языке; также нет ни одной радиостанции, которая бы вела передачи исключительно на русском языке в результате установленного законом требования транслировать рекламу на украинском языке. Из-за этого у подростков складывается впечатление, будто бы они живут в двуязычном мире, в котором разграничение двух языков является хаотичным, а поэтому часто приводит к их смешиванию» [Бестерс-Дильгер 2010, 247].

Одним из последних массовых опросов об отношении к использованию языка/ языков украинскими СМК является исследование, проведенное сотрудниками Института украинского языка Национальной академии наук Украины в сентябре-октябре 2013 года. Было обработано около 1,5 тысячи анкет. Респондентами выступили студенты факультетов журналистики украинских вузов. По мнению авторов опроса, такая структура выборки позволила получить более достоверную инфор-

мацию об отношении к языковой политике масс-медиа будущих специалистов. По результатам исследования, «меньшинство опрошенных является гармоничными билингвами, которым одинаково комфортно общаться на двух языках и они активно используют их в повседневном общении» [Соколова 2014, 75]. В рамках опроса был проведен сравнительный анализ данных о реальном и желаемом потреблении медиа-продукции только на украинском, только на русском или на двух языках. Оказалось, что «для радио и телевидения желание потреблять сугубо украинский продукт в полтора-два раза превышает такое предложение во всех регионах (...)» [Соколова 2014, 76–77]. Спрос на восприятие радио- и телепередач на двух языках в центральных, западных, северных регионах и г. Киеве приблизительно вдвое меньше, чем предложение, тогда как на востоке, юге и в Крыму наблюдаем практически паритетные соотношения двуязычного радиовещания, меньшую, чем есть, потребность в сугубо русскоязычном продукте и нехватку украиноязычного» [Соколова 2014, 76–77]. Ученые констатируют, что лишь треть опрошенных во всех городах Украины обращает внимание на проблему двуязычия СМК. Вместе с тем, «отношение к дублированию источников информации на двух языках лояльнее, чем к смешиванию украинского и русского в одном издании, теле- и радиопередаче» [Руда 2014, 91]. Вследствие того, что среди билингвов с различной компетентностью в двух языках и доминированием либо украинского, либо русского практика смешивания в одном источнике информации двух языков не получила поддержки, авторы исследования пришли к выводу, что такая продукция вовсе не предназначена для двуязычных граждан. По мнению исследователей, такой информационный продукт «вызывает скорее раздражение и препятствует повышению компетенции в каждом из языков. Его (информационного продукта – авт.) поддержка в восточных областях и Крыму связана с желанием потребителей видеть больше русского языка в СМК» [Руда 2014, 92]. Таким образом, информационная политика современных украинских СМК направлена на поддержание устойчивости известного с советских времен массового стереотипа схожести украинского и русского языков и миф о «благоприятном» влиянии на развитие украинского русского языка, насыщая теле- и радио- эфиры двуязычной продукцией, немислимой для любой полиэтнической страны, имеющей, к тому же, несколько государственных языков. В связи с постоянным распространением этого явления в среде украинских лингвистов все чаще поднимается тема так называемой «языковой шизофрении», навязываемой украинскими СМК массовому потребителю [Шевчук 2015]. В целом, этот вопрос заслуживает отдельного рассмотрения, а здесь выступает лишь одной из граней сложной языковой проблемы украинского государства.

В свете глоттополитики государства особый исследовательский интерес вызывает проблема коммуникативной эффективности украинского радиовещания, украиноязычного в частности. Тем более, что замеры аудиторного интереса к радиопроодукции в Украине проводятся регулярно и достаточно профессионально. Вот уже на протяжении нескольких лет сбором такой информации в стране занимается компания GfK, используя надежный инструментарий. Правда, информация

о языковых предпочтениях радиослушателей, к сожалению, не отображается в этих рейтинговых исследованиях.

Разговор о коммуникативной эффективности масс-медиа скорее всего надо начинать с информации о приоритетности конкретных СМК для представителей массовой аудитории. Стоит заметить, что по данным социологических исследований, цель которых – выявить самые авторитетные для разных возрастных групп населения Украины масс-медиа, радио ни в одной из них не является приоритетным. Так, среди молодежи до 30 лет телевидение выступает лидером в информировании (84%), на втором месте – интернет-сайты (40%), значительно больше среди молодежи и тех, кто использует в качестве источника политической информации социальные сети, прежде всего Facebook (14%). Представители самой взрослой возрастной группы – старше 60 лет – приоритетным для себя источником политической информации считают телевидение (95%), на втором по значимости месте – местная пресса (45%), а на третьем – радио. В целом, для большинства украинцев радиовещание по приоритетности в информировании занимает третье место (29%) после телевидения и прессы [Свобода слова в Україні: загальнонаціональне й експертне опитування 2013]. Здесь стоит отметить, что такие невысокие показатели украинского радиовещания как источника политической информации закономерны, так как, согласно последним исследованиям GfK, особую популярность у радиослушателей получили развлекательные коммерческие станции [Четверта хвиля дослідження радіослухання в містах 50 тис.+ , жовтень-грудень 2014]. Тем более, число серьезных информационных вещателей в Украине не превышает трех, что также может свидетельствовать о распространении массового стереотипа о радио как средстве развлечения.

Итак, последние социологические и социолингвистические исследования, связанные с языковым вопросом в украинском обществе вообще, и в медиасфере в частности, вдохновили автора на попытку провести собственный опрос на тему «Языковая ситуация в украинском радиовещании» в социальной сети Facebook. Основная цель исследования – выяснить коммуникативную эффективность украиноязычного радиовещания, а именно осознанность восприятия языка радиопрограммы слушателями, уровень удовлетворенности такими программами их информационных и психоэмоциональных потребностей, соотношение реального и желаемого в потреблении продукции радио в целом, и украиноязычных радиопрограмм в частности. Сопоставив полученные результаты с данными других исследований, можно судить о действенности современного украинского радиовещания, уровне удовлетворения потребностей массовой аудитории и степени его влияния на культурно-языковое сознание общества.

Онлайн-опрос был проведен с 20 по 28 марта 2015. Анкета состояла из 45 вопросов разного типа и функционального назначения, позволяющих респонденту дать исчерпывающий ответ, а исследователю сделать более или менее объективные выводы. Выборка стихийная. Всего в опросе приняло участие 111 человек.

По данным опроса, из 111 опрошенных радио слушает 103 респондента (92,8%). При этом, обращаются они к радиовещанию более или менее постоянно: каждый день – 37,8% опрошенных, несколько раз в неделю – 36,9%. На вопрос «Программы каких радиостанций Вы слушаете чаще всего?», 75% респондентов, то есть большинство, предпочитают передачи всеукраинских коммерческих FM-станций.

Чрезвычайно важным среди вопросов, непосредственно связанных с темой данного исследования, было следующее: «Обращаете ли Вы внимание на язык радиопрограмм?» Среди респондентов 47,7% положительно ответили на этот вопрос. В то же время совокупная доля тех, кто выбрал вариант «нет» (28,8%), а также – «На задумывался / не задумывалась над этим» (18%) равна количеству опрошенных, выбравших вариант «да». Наверное, такой результат можно объяснить тем, что в эфире всеукраинских музыкально-развлекательных радиостанций мы имеем дело с преобладанием музыкального потока над вербальным. К тому же, украинский и русский языки настолько быстро сменяют друг друга в эфире, даже в звуковом образе одной программы, что осознать, на каком языке слушатель потребляет информацию в определенный отрезок эфирного времени, достаточно сложно. Здесь мы сталкиваемся с тем присущим современным украинским электронным медиа «заболеванием», которое называется «языковая шизофрения» и речь о котором шла выше.

В то же время на вопрос: «На каком языке радиопрограмму Вы скорее всего предпочтете?» 56,8% опрошенных выбрали вариант «украинский», 8,1% – «русский». Остальные респонденты отдали предпочтение варианту «другое». Среди сформулированных самими опрашиваемыми ответами преобладают «не имеет значения», «безразлично», «все равно». Меньшее число респондентов высказалось «главное, содержание программы», «важно, чтобы программа была интересна, познавательна». И только 2 опрошенных заявили, что предпочитают англоязычные программы. Итак, среди участников опроса подавляющее большинство предпочитает украиноязычные радиопрограммы. Возможно, такой результат связан с тем, что львиная доля респондентов состоит из людей в возрасте от 16 до 35 лет включительно, для которых украинский язык является более привычным и функциональным, чем для людей старшего возраста. Стоит заметить, что контрольные вопросы, призванные выявить искренность и правдивость ответов опрашиваемых, в том числе и на этот вопрос, стабильно свидетельствовали о приоритетности для слушателей прежде всего украиноязычных программ.

Респондентам также было предложено выявить уровень собственного согласия или несогласия с определенными распространенными утверждениями о формально-содержательных характеристиках звукового образа радиопрограмм, украинского радиовещания в целом. Опрашиваемые должны были рассмотреть как положительные, так и отрицательные стереотипные представления, поданные в форме косвенных вопросов. Это позволило снять с респондентов ответственность за якобы формирование или распространение определенных стереотипов, повысив искренность и правдивость оценок.

Так, с утверждением, что в Украине достаточно радиопрограмм на украинском языке респонденты больше не соглашаются (36,9%), совсем не согласны (26,9%). Соответственно, с утверждением, что в Украине преобладают русскоязычные радиопрограммы, большинство опрошенных соглашается полностью или в основном (84,6%). 84,7% респондентов считают, что в эфире FM-станций недостаточно интересных радиопрограмм на украинском языке, а 80,2% опрошенных признали, что интересный программный продукт на этих радиостанциях преимущественно русскоязычный.

Почти поровну распределились мнения респондентов относительно утверждения «Радиоведущие говорят на правильном, литературном украинском языке, который может быть образцом для всех. Их речь хорошая, приятная». 53,2% согласных с этим утверждением против 46,8% тех, кто имеет определенную несогласие. В то же время утверждение «Радиоведущие часто говорят на «странном» украинском языке, далеком от норм литературного языка. Часто их украинский звучит искусственно и неприятно» вызвало такое распределение голосов за и против: 34,2% в разной степени не согласны с этим утверждением, а остальные, то есть большая часть, согласна с ним. Возможно, такое различие в ответах на эти вопросы связано с тем, что рядовым респондентам крайне сложно сформулировать понятие «литературный язык», «нормативный язык». Часто они путают такие понятия, как «литературный язык» и «национальный язык». По крайней мере, это утверждает С. Ермоленко [Ермоленко 2013]. В конце концов, для того, чтобы выяснить, насколько знакомы с этими вопросами респонденты, или какие собственные определения этих понятий они могут предложить, стоит провести отдельное, качественное исследование.

Опрос дал возможность убедиться в том, что для значительного большинства респондентов стереотипа о том, что украинский язык используют, в том числе и в эфире, в основном пожилые люди, не существует. Так, около 60% опрошенных не согласны с этим утверждением, что дает основания признать увеличение демографической мощности украинского языка. Вместе с тем, почти 67% респондентов в разной степени, но соглашаются с утверждением, что «Молодые радиоведущие, которые говорят на украинском языке в эфире, часто делают ошибки, слабо им владеют». Объяснить такие данные можно пониманием природы отношения к литературному языку, поданным С. Ермоленко: «Отношение к литературному стандарту, или кодифицированному литературному языку как социально престижной форме национального языка, меняется в зависимости от образования, территориального происхождения говорящих, их профессионального, культурного уровня, социального статуса» [Ермоленко 2013, 256-257]. В пользу этого объяснения свидетельствует и то, что с утверждением «Лучше украинским языком владеют ведущие государственного радио. Их всегда можно отличить от радиоведущих FM-станций» соглашается более 80% опрошенных. К тому же, журналисты, авторы и ведущие программ являются законодателями так называемой «языковой моды», которая расшатывает прагматическую языковую норму, делает ее слабой. Так, по мнению исследовательницы, «соблюдение общепринятой литературной нормы

способствует взаимопониманию между автором и читателем. Но там, где вступает в действие языковая мода, не заботятся о взаимопонимании, доступности информации, а имеют целью удивить читателя, слушателя необычностью, оригинальностью высказывания» [Срмоленко 2013, 291].

По мнению М. Бугайского, языковедам, особенно специалистам в области культуры языка, давно уже пора обратить внимание на активное развитие такой лингвистической системы, как «язык масс-медиа»: «(...) социальные изменения, которые произошли за последние 2 десятка лет, приводят к выделению новой разновидности языка, которую можно назвать языком медиа или медийным языком, более того, этот язык оказывает огромное влияние на коммуникативное поведение. Он отличается заметной функцией влияния, которая естественным образом тянет за собой эмоциональную функцию, а обе они активизируют функцию, заключающуюся в поддержании языкового контакта между говорящим и слушателем. Так происходит потому, что цель медиальных ораторов – втянуть в круг коммуникации как можно больше слушателей, то в свою очередь приводит к упрощению средств передачи, а впоследствии – к стиранию видовых и стилистических различий между отдельными видами передачи. Таким образом, постепенно теряет или уже утратило смысл понятие литературного языка» [Бугайски 2010, 218]. То есть, на повестке дня у исследователей культуры и стилистики языка новый предмет научного интереса – формирование, развитие медийного языка и его влияние на речевую культуру, языковую компетенцию массовой аудитории. В любом случае, рассматриваем мы язык медиа как репрезентацию литературного языка или самостоятельную систему, надо ответить на вопрос: как к нему относятся и как его оценивают пользователи СМК?

На вопрос: «Обращаете ли Вы внимание на речевые ошибки ведущих?» – подавляющее большинство респондентов (84,4%) выбрало вариант «да». А что больше всего раздражает радиослушателей в речи ведущих? Почти по 30% опрошенных выбрали варианты «суржик» (смесь украинского и русского языков) и «трудности при подборе слов». Интересно, что среди ответов на этот вопрос, сформулированных респондентами самостоятельно, преобладал вариант «все перечисленное», то есть, кроме суржика и трудностей при подборе слов, это акцент, неправильное ударение слов, слова-паразиты. Вместе с тем, большинство участников опроса (почти 90%) признало, что радиоведущий должен хорошо владеть украинским языком. Эти результаты коррелируют с данными исследования Института украинского языка НАН Украины, согласно которым до 30% опрошенных отрицательно оценили качество языка СМК, особенно на радио и телевидении, «где, кроме подготовленных и отредактированных текстов, много спонтанной речи» [Соколова 2014, 83].

Также опрашиваемым было предложено оценить собственный уровень владения украинским и русским языками от «очень хорошо» к «очень плохо». Согласно результатам, лишь один респондент плохо владеет украинским, остальные опрошенные выбрали варианты от «очень хорошо» к «удовлетворительно», однако количество тех, кто очень хорошо владеет русским языком, оказалась несколько больше, чем число тех, кто так же знает украинский язык: 44,1% против 28,8%.

Наверное, такое соотношение можно объяснить распределением участников опроса по месту жительства, ведь территориальный фактор влияет на уровень владения не собственно литературным, а национальным языком. К тому же, уровень владения устной и письменной формами языка так же может отличаться. Среди респондентов подавляющее большинство составляют жители юга и востока Украины (61,2%). Остальные проценты приходятся (по убыванию в выборке) на жителей центра, севера, запада страны. Вполне вероятно, что из территориальных особенностей выборочной совокупности исследования следует, что на вопрос «какой язык используете чаще всего?», 54,1% опрошенных выбрали вариант «русский». Доля тех, кто чаще общается на украинском, составила 38,7%. По месту жительства большинство респондентов – горожане, с высшим образованием.

Подводя итоги исследования, следует признать, что современное украинское радиовещание функционирует без точной информации о языковых потребностях и предпочтениях слушателей. Эфиры радио и телевидения насыщены русскоязычным программным продуктом, несмотря на возрастающее желание аудиторного большинства использовать украиноязычные источники информации. Также активно украинские электронные СМИ эксплуатируют прием смешивания языков (украинского и русского) в одной передаче, одном эфирном отрезке, что, по мнению специалистов, не может положительно влиять на повышение языковой компетенции ни русскоговорящих, ни украиноязычных потребителей информации. Это один из мощных манипулятивных инструментов, требующий отдельного исследования.

В целом, результаты онлайн-опроса коррелируют с данными последних авторитетных социолингвистических исследований. Они свидетельствуют, что не смотря на пробуксовку официальной глоттополитики государства, отдельные случаи дискриминации украинского языка в деятельности СМИ, которые руководствуются в своей работе устаревшей информацией о потребностях и предпочтениях аудитории, отрицательные стереотипы об украиноязычном радиовещании как низкокачественном, малоинформативном, неактуальном и т. д. отсутствуют в сознании большинства современных пользователей медиа. Вопреки распространенному мнению, будто бы радиовещание является источником лишь развлекательной информации, опрос подтвердил гипотезу, что прослушивание радиопередач – осознанная деятельность. Соответственно, украиноязычное радиовещание, потребность в котором доказана, может и должно скорректировать функциональную нагрузку языков в радиопространстве Украины, повышая качество, расширяя тематическую наполненность и целевую направленность программного продукта на государственном языке. Качество языка украинского радиовещание должно повышаться, поскольку граждане Украины до сих пор рассматривают язык медиа как пример добротного, полноценного, коммуникативно эффективного языка, способного влиять на языковую компетенцию пользователя СМИ.

Бібліографія

- Бестерс-Дільгер Юліане. 2010. *Мовна політика у засобах масової інформації*. В: *Мовна політика та мовна ситуація в Україні: Аналіз і рекомендації*. Ред. Бестерс-Дільгер Ю. Київ: Видавництво Києво-Могилянська академія: 234-277.
- Бугайски Маріан. 2010. *Язык коммуникации*. Харьков: Издательство Гуманитарный центр.
- Єрмоленко Світлана. 2013. *Літературна норма і мовна практика*. Ніжин: Видавництво Аспект-Поліграф.
- Манакін В. 2012. *Мова і міжкультурна комунікація*. Київ: Видавництво Академія.
- Масенко Лариса. 2010. *Мовна ситуація України: соціолінгвістичний аналіз*. В: *Мовна політика та мовна ситуація в Україні: Аналіз і рекомендації*. Ред. Бестерс-Дільгер Ю. Київ: Видавництво Києво-Могилянська академія: 96-131.
- Масенко Лариса. 2010. *Нариси з соціолінгвістики*. Київ: Видавництво Києво-Могилянська академія.
- Руда Олена. 2014. *Двомовність засобів масової комунікації в оцінках майбутніх журналістів*. „Українська мова” № 3: 84-92.
- Свобода слова в Україні: загальнонаціональне й експертне опитування*. В: <http://dif.org.ua/ua/polls/2013-year/fiwivirvihvirhvuhvuh.htm/> [Доступ 21 IV 2015].
- Соколова Світлана. 2014. *Мова засобів масової комунікації очима майбутніх журналістів*. „Українська мова” № 3: 71-83.
- Соціально-політична ситуація в Україні: липень 2015*. В: <http://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=540&page=1/> [Доступ 22 VII 2015].
- Четверта хвиля дослідження радіослухання в містах 50 тис.+, жовтень-грудень 2014*. В: <http://www.telekritika.ua/rinok/2015-02-03/103287/> [Доступ 21 IV 2015].
- Шевчук Юрій. *Мовна шизофренія – нова, потужна форма русифікації*. В: http://zik.ua/ua/analytics/2015/07/08/yuriy_shevchuk_movna_shyzoftreniya_nova_potuzhna_forma_rusyifikatsii_605587/ [Доступ 22 VII 2015].

Summary

COMMUNICATIVE EFFICACY OF THE RADIO IN THE UKRAINIAN LANGUAGE IN UKRAINE

This article investigates the problem of communicative efficacy of the Ukrainian radio. Special attention is paid to the perception of the radio in the Ukrainian language in a difficult bilingual situation that can be observed in Ukraine. This paper deals with a comparison and interpretation of the data of social and sociolinguistic studies. The author additionally discusses data of his own online survey concerning the communicative efficacy of the Ukrainian radio.

Kontakt z Autorem:
pavlo_mirosh@ukr.net