УДК 654.191 (477)

СУЧАСНЕ РЕҐІОНАЛЬНЕ РАДІО: ПРОБЛЕМИ...

Пенчук І.Л., аспірант

Львівський національний університет ім. І.Франка

У статті висвітлюються проблеми сучасного регіонального радіомовлення, яке за роки незалежності досить істотно змінилося і продовжує розвиватися. На зміну монопольного державного радіомовлення прийшли комерційні приватні радіостанції, що призвело до конкуренції і є стимулом творчого пошуку. Автор акцентує увагу на тому, що гостро постає мовна проблема, але позитивом є те, що простежується тенденція українізації не лише державного, а й комерційного радіомовлення.

Ключові слова: регіональне радіомовлення, державна радіостанція, комерційна радіостанція, інформаційний відділ радіо, українізація.

Пенчук И.Л СОВРЕМЕННОЕ РЕГИОНАЛЬНОЕ РАДИО: ПРОБЛЕМЫ…/ Львовский национальный университет им. И. Франко, Украина

Статья посвящена проблемам современного регионального радиовещания, которое за годы независимости существенно изменилось и продолжает развиваться. На смену монопольному государственному радиовещанию пришли коммерческие частные радиостанции, что привело к конкуренции, и является стимулом творческих исканий. Автор акцентирует внимание на том, что остро возникает языковая проблема. Позитивом является то, что прослеживается тенденция украинизации не только государственного, а и коммерческого радиовещания.

Ключевые слова: региональное радиовещание, государственная радиостанция, коммерческая радиостанция, информационный отдел радио, украинизация.

Penchuk I.L. CONTEMPORARY REGION BROADCAST: PROBLEMS.../ Lviv national university, Ukraine

In the article there are presented the problems of the temporary regional broadcasting which changed quite considerably within the years of independence and it goes on developing. Private commercial radio stations appeared to substitute the exclusive state broadcasting that led to competition and it is incentive for creative search. The author concentrates attention on the language problems standing sharp but it is positive that, it is being traced the tendency of ukrainization not only of the state broadcasting but of the commercial one.

Key words: region broadcasting, state radio station, news broadcast department, commercial radio station, ukrainization.

За останнє десятиріччя відбулися кардинальні зміни в усіх сферах діяльності нашого суспільства. Чи не найперше це сталося з радіомовленням, яке миттєво реагує на будь-які суспільно-політичні зміни. Істотно змінилося сучасне регіональне радіомовлення. За роки незалежності з`явилися перші ознаки подолання інформаційно-свідомісного периферизму, створення універсального типу авторської свідомості.

На зміну монополії керованих владою державних засобів масової інформації прийшли комерційні приватні студії і канали. Як зазначив О. Хомин, "...жваве зацікавлення засобами масової інформації з розпадом СРСР почали виявляти представники не тільки владних, а й інших кіл. Наприклад, економічних, комерційних, фінансових і навіть кримінальних, що, зрештою, не дивно"[1,153]. Певною мірою це стосується радіо.

Так, майже всі приватні радіостанції знаходяться в руках проросійського капіталу, тільки дві мають західні інвестиції. Крім того, великий капітал сформувався в медіа-концерн "Нове слово". Це потужна телестудія "Хортиця", радіостанція "Зоря" та газети з високим рейтингом щотижневі "Наше время", "Спрос" і щоденна "Индустриальное Запорожье". Тому не можна не сказати про заанґажованість журналістів (точніше, власників компанії) у висвітленні непростих явищ нашого суспільно-політичного життя. Наближення виборів 2002 року ілюструє цю тенденцію.

Цікавим явищем серед FM-станцій стала політична сезонність ефіру. Наприклад, у період між виборами "5-FM" здійснює тільки технічний ефір, а "Європа плюс" здає свою хвилю під ретрансляцію "Мелодії" /Санкт-Петербург/, приваблюючи ностальгуючий електорат середнього віку. На період виборчих перегонів станції розконсервовують для активної роботи.

Коли з`явилися передумови для об`єктивної та неупередженої інформації з державницьких позицій, цим повною мірою скористалися FM-радіостанції. Зміцнивши своє матеріальне становище, вони одержали можливість стимулювати талановитих журналістів і розвивати їх подальшу творчу і мовну майстерність. На початку діяльності приватних компаній постала проблема з кадрами, тому, наприклад, "Великий

Луг" набрав професійних акторів на посади ді-джеїв, що одразу підняло рейтинг радіо. До інформаційного відділу керівництво компанії запросило викладачів-мовників. Хоч жоден із них не був журналістом-професіоналом, адміністрація сприяла здобуттю подальшої післядипломної освіти своїх кадрів не тільки на курсах у Києві, а й у Нью-Йорку, наприклад, Інна Бахтіна та Олександр Мороз ("Великий Луг"), Олексій Недвига ("5-FM").

Нещодавно радіо "Зоря", плануючи перехід усіх випусків новин на державну мову, запросило до роботи в інформаційному відділі фахівця з української мови для проведення індивідуальних занять із своїми редакторами. На цьому радіо державною мовою вже звучать "Новини України", спортивні новини, щоденна 5-хвилинна програма "Автопростір". Усі україномовні передачі готує й веде Катерина Полякова, майбутній філолог. Вона майстерно працює над словом, знайшла цікаву манеру викладу матеріалу. Молода ведуча започаткувала цикл інтерв`ю із зірками спорту. На жаль, рівень авторської модульності невисокий.

Сьогодні кадрової проблеми з україномовними професійними спеціалістами в галузі журналістики майже не існує: Запорізький державний університет вже протягом п'яти років готує молодих талановитих журналістів. Регіональні радіокомпанії запрошують студентів на практику, знайомлять їх із роботою своїх відділів, забезпечуючи подальше працевлаштування.

Поява нової хвилі молодих професійних журналістів на Запорізьких державних і комерційних радіостанціях надихнула на позитивну конкуренцію між їхніми інформаційними відділами. З`явився стимул творчого пошуку, матеріали стали не тільки змістовними, а й оригінальними за викладом. Радіожурналісти не обмежуються висвітленням перебігу суспільно-політичних подій, вони аргументовано подають свою точку зору шляхом розширення тематики, поглибленого аналізу процесів. У підготовці цих матеріалів допомагає широке застосування Інтернету. Крім того, приватні радіостанції щоденно отримують інформацію від своїх власних і позаштатних кореспондентів з усіх куточків області.

Трансформувалися методи подачі інформації. Маючи звукорежисерів-професіоналів, прекрасні фонотеки, FM- радіостанції створили симбіоз інформації, музики (підложки, підводки), реклами. Накопичений місцевий матеріал подається з коментарями спеціалістів, із фраґментами цікавих інтерв`ю, наприклад, на радіо "Зоря-FM" щоденна інформаційна програма "Подробности", а також аналітична щотижнева програма "Світ навколо нас".

Не секрет, що комерційний характер медіа диктує необхідність більшої кількості кримінальних новин; пильна увага звертається на катастрофи, нещасні випадки, скандали, "смажені" факти з життя відомих людей.

У той же час на всіх комерційних студіях розширився діапазон форм безпосереднього спілкування з аудиторією. Завдяки впровадженню сучасних інформаційних технологій, передачі в прямому ефірі збільшили ефективність впливу на слухача. Ці програми дали можливість журналістам повніше зреалізувати себе як творчу особистість. Позитивом є те, що обдаровані журналісти, які працюють у прямому ефірі, мають змогу безпосередньо, більш розкуто впливати на радіослухачів, тим самим, "з одного боку, формувати свою самосвідомість, світовідчуття, світосприйняття, розуміння світу, а з іншого, створювати комплекс ідей, зусиль, завдань, скерованих на виявлення індивідуальності й на зміну оточення (через уплив на свідомість інших індивідів) відповідно до своїх переконань" [2, 23]. Популярною в місті стала передача Валентини Декусар "Наедине со всеми". Професіональна актриса і радіожурналіст за покликанням поєднала свої таланти й зробила цикл зустрічей із відомими людьми. Вдале поєднання в прямому ефірі портретного нарису, інтерв'ю з телефонними дзвінками радіослухачів у студію допомогло в розкритті внутрішнього світу героїв передачі, у змалюванні характерів. Свої перші роботи В. Декусар починала українською мовою, а потім на прохання гостей радіо перейшла на "общепонятный".

Рейки ринкової економіки формують специфіку радіомовлення. Постійними атрибутами сучасного радіо є реклама, оголошення, концерти на замовлення. Багато радіостанцій працюють на залучення рекламодавця. Тому й звучить у кращому випадку шансон, але частіше - російська "попса"; лунають розважальні передачі не найкращого ґатунку, жарти на межі фолу, безліч гороскопів, пліток і чуток, які спрацьовують на заниження інформаційно-інтелектуального контексту свідомості нації. Спрямованість на рекламодавця та на залучення майбутнього електорату звільнила радіостанції від необхідності мати передачі для дітей та дорослих. Тому прогноз не досить втішний: засновники регіональних радіостанцій не мають своїми основними завданнями сприяти розвитку духовної сфери, національної культури, освіти, науки, захисту морального способу життя та ін.

З прийняттям державної незалежності України знято табу на вихід в ефір передач на релігійну тему. Так, на хвилях радіо "Великий Луг" щоденно лунають 4-5 російськомовних передач, підготовлених християнами-баптистами. Жодна приватна радіостанція не проводить релігійних передач українською мовою з питань православного християнства.

Гостро постає мовна проблема. Тільки необхідність ліцензування примусила місцеві радіостанції вдатися до трансляції новин українською мовою. Це ще далекі від ідеалу передачі, бо їх на деяких радіостанціях готують і ведуть не журналісти й не українознавці, які використовують комп`ютерні редактори, що перекладають вельми оригінально: тато римський, Ван дер Стілець. На жаль, нерідко такі "ляпи" з'являються в ефірі. Нещодавно державною мовою на комерційних радіо вели ефір Валентина Декусар ("Великий Луг"), Павло Мірошниченко ("Юніверс"), сьогодні єдиний україномовний ді-джей приватного радіо Софія Суворова, вона ж веде авторську передачу "Людина Х" ("Юніверс").

Серйозною проблемою є те, що комерційні радіостудії сприяють безідейності у вихованні національної свідомості, у вивченні свого історичного минулого, своїх національних традицій. Не так давно один із ді-джеїв своє привітання із Днем Незалежності завершив піснею "Наш адрес - Советский Союз". Бездумне застосування практики передавання привітань у прямому ефірі інколи просто анекдотичне. "Прошу поздравить всех запорожцев с Днём Незалежности и передать Сектор Газа "Сожжённая ведьма".

Цілий ряд проблем постав і на державному радіо, хоча тільки його оминула "американізація" ефіру. Інформація подається професійно, з державницьких позицій, але журналісти звикли до старих методів роботи, важко змінюють засадничі підходи до журналістики. До того ж вони більш залежні від владних структур, які звикли до повного контролю мас-медіа.

Але є програми, які зберігають традиції, виховують національну свідомість молодіжної аудиторії, наприклад, авторська програма "Добрий вечір" Авіати Бачуріної, що не перший десяток років радує слухача своєю цікавістю, новизною, темпом і стилем подання матеріалу; передача "Слово рідне, мова рідна" Світлани Коваленко, яка постійно розповідає про безпроблемність у переході на державну мову. Читаючи правила правопису, автор часом переходить на менторський тон.

Даються взнаки наявність єдиного комп`ютера, мінімум сучасного технічного забезпечення на радіостанції. Для державного радіо характерна плинність кадрів, бо молоді талановиті журналісти часто переходять до комерційних компаній. Бути журналістом державного радіо перестало бути престижним, тому випускники факультету української мови і літератури спеціальності "журналістика", які уже на п`ятому курсі мають роботу на приватних радіостанціях, не прагнуть працювати в обласній телерадіокомпанії. Ринкові засади навіть державне радіо заставили давати частину оголошень, рекламу російською мовою, зробити акцент на легкій російській "попсі". Частину ефірного часу обласне радіо продало радіостанції "Радіо-3" - і слухають запоріжці "самое семейное радио" з гороскопами, лекціями російських священиків, порадами знахарів та городників.

Позитивом є те, що державна обласна телерадіокомпанія організувала роботу радіостанції "Запоріжжя-FM". Колектив її одразу ж включився у процес українського державотворення. Було обрано курс на активне формування державницького мислення, утвердження національної духовності і високої культури у вихованні молодіжної слухацької аудиторії. Україномовні ді-джеї цього радіо виступають не периферійними "сердючками", а європейцями з почуттям самоповаги. Під час діалогів із слухачами в прямому ефірі вони спонукають своїх фанів до спілкування українською мовою.

Та факт залишається фактом: сьогодні в Запоріжжі маємо не українське радіо, а радіо в Україні. Творити українське радіо мусять люди, які вірять у майбутнє України. Прийшов час працювати по-державницьки, недаремно Олег Ольжич зауважував: "Держава не твориться в будучині, держава будується нині!"[3, 89].

ЛІТЕРАТУРА

1. Хомин О. Українське радіомовлення: шляхи розвитку. Телевізійна і радіожурналістика (Історія, теорія, практика: погляд у майбутнє)/ Збірник науково-методичних праць. – Львів: ЛДУ ім. Івана Франка, 1999. – Вип.2.

2. Личностные методы повышения эффективности средств массовой коммуникации. – К., 1989. – 236 с.

3. Ольжич О. Незнаному воякові. - К.,1994. – 134 с.