

УДК 316.22-316.77

В.А. Ковпак

УКРАЇНСЬКИЙ ЕМІГРАЦІЙНИЙ МЕДІАДИСКУРС: СТРУКТУРНИЙ ПІДХІД ДО КОМУНІКАТИВНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ

У статті проаналізовано структурні характеристики комунікативної ефективності українського еміграційного медіадискурсу.

Ключові слова: український еміграційний медіадискурс, комунікативна ефективність, соціальна ідентичність, соціетальна ідентичність, ідеологія.

Український еміграційний медіадискурс у контексті суспільних трансформацій, національного відродження є важливим чинником консолідації українського суспільства шляхом побудови ефективної соціально-комунікативної системи, яка б об'єднувала все суспільство і мотивувала його до творчої громадянської активності. А розгляд українського еміграційного медіадискурсу в історичному розрізі та на сучасному етапі є значущим "дороговказом" на цьому шляху, оскільки українська еміграційна преса завжди була важливим засобом зв'язку як між емігрантами, так і зі Старим краєм, захищала економічні інтереси трудівників, прищеплювала їм національну гордість, була трибуною просвітян, громадсько-політичних діячів, пропагувала культурні надбання народу, стояла на варті проти асиміляції української еміграції.

Окремі аспекти багаторічного поступу української журналістики за кордоном, діяльності редакторів, видавців, публіцистів, впливу їх публікацій на громадську думку, особливостей проблемно-тематичного змісту розглянуто в ґрунтовних працях сучасних українських учених: О. Богуславського, О. Вішки, О. Гриценко, В. Губарця, О. Денеки, В. Качкана, І. Крупського, І. Михайлина, М. Присяжного, М. Романюка, М. Савки, Н. Сидоренко, М. Тимошика та ін.

Актуальність нашого дослідження полягає в тому, що теоретичний аналіз комунікативної ефективності медіадискурсу в загальній соціокомунікативній системі, соціальної міфології, ідентифікаційних практик у контексті суспільних трансформацій актуалізують значуще питання про можливості консолідації українського суспільства, його мотивації до творчої громадянської активності, особливо гостро ця проблема постає в умовах еміграції, діяльності діаспорних засобів масової комунікації.

Мета статті – проаналізувати основні структурні характеристики комунікативної ефективності українського еміграційного медіадискурсу. Для реалізації поставленої мети необхідно виділити такі завдання:

1) дослідити здійснення еміграційними виданнями в контексті розвитку українськомовної преси триєдиної функції: інформування, комунікації та консолідації/інтеграції української спільноти; 2) проаналізувати ідеологічні засади постмодернізму як трансляції в соціум соціальної міфології; 3) синтезувавши увесь складний комплекс теоретичних понять, навести схему концепції розуміння феномену "діаспорна компліментарність".

Виділені О. Дзвінчук чинники появи і становлення преси української етноменшини в Канаді пропонуємо розглядати як такі, що характеризують причини виникнення переважної більшості діаспорних видань:

1) політичні – створення пресового органу як засобу впливу політичними партіями, громадсько-політичними організаціями тощо;

2) релігійні – із метою поширення релігійних впливів;

3) культурологічні – із метою висвітлення, поширення та пропагування результатів праці культурно-освітніх товариств;

4) просвітницькі – із метою інформування читача, бажанням зберегти в еміграційних умовах етнічну самобутність громади [1, с. 4].

Так, стале функціонування українськo-канадського часопису "Український Голос" залежало від "елітної" активності його редакторів, які сформували своєю журналістською діяльністю концепцію консолідації української спільноти. За головні категорії соборності етноменшини редактори обирали на всіх етапах функціонування часопису такі:

- культуру в широкому значенні цього поняття, трактуючи її як явище наддержавне, але національно чинне;
- психологічно-філософську категорію "ego", яка виражається теорією трьох "С" – самостійністю, самопошаною та самодіяльністю кожної людини, що здатна мислити, оцінювати та діяти відповідно до власного світосприйняття і умовиводів, а отже, бути особистістю;
- історичне знання минулого своїх батьків як гарант пам'яті власного етногенетичного коду.

Ефективне функціонування часопису завжди забезпечувалося тим, що праця редакторів була довготривалою. Так, упродовж сімдесятилітнього існування “Українського Голосу” редакторами працювали тільки четверо людей – В. Кудрик, М. Стечишин, І. Сирник, М. Гикавий, – всі вони українці, вихідці із Західної України [1, с. 7]. “Український Голос” репрезентував себе як такий тип видання, що протягом усього періоду існування виступає творцем, поширювачем та скарбницею етнічної інформації, котра створюється та функціонує з метою консолідації української спільноти. Тож часопис виконував і виконує нині етноконсолідуючу дуалістичну роль: з одного боку, він є постійним інформатором та комунікатором, а з іншого – формотворчим засобом громадської думки спільноти, інтегративним важелем [1, с. 15].

І українська еміграційна преса в Німеччині міжвоєнного періоду, наприклад, такі видання, як “Шлях”, “Рідне слово”, “Українське Слово”, “Osteuropäische Korrespondenz”, була послідовно ідеологічно-виховною і провідницькою, переважній частині цих видань було притаманне своєрідне пресове “культурництво” – етнографізм, просвітянство тощо. Крім того, щораз більша увага приділялася своєчасному інформуванню про світові події та міжнародні політичні відносини. З активізацією політичних рухів на початку 1930-х рр. значного поширення набули політично-пресові акції – почали з’являтися інформаційні видання зі сконцентрованим викладом подієвого матеріалу, передрукованого з інших пресових видань, спорядженого коментарями самих видавців [2, с. 9].

Так, за даними Н. Кулеші, початок 1930-х рр. ознаменований розгортанням видавничої діяльності пресової агенції “Українська Пресова Служба” (УПС), яка, крім видавничих завдань, виконувала роль офіційного представництва українських націоналістів у Німеччині. За її дорученням ще одна пресова агенція УВО–ОУН – “Osteuropäische Korrespondenz” – видала німецькомовний бюлетень “Ukraine-Bericht” (1930 р.). Вже самостійно УПС видавала бюлетені українською (“Українська Пресова Служба”, 1931–1934, 1937–1939 рр.) та німецькою (“Ukrainischer Pressedienst”, 1931–1934, 1937–1939 рр.) мовами. Крім того, ця інформаційна служба видала “Інформаційний листок” (1933 р.) на протиположну прокомуністичній газеті “Голос Українського Робітника”, німецькомовний журнал “Die Ukraine” (1933 р.), збірник “Третя Німеччина” (1934 р.) та бюлетень “Націоналістична Пресова Служба (1938–1939 рр.; згодом виходив у Римі) [2, с. 10].

Зі згортанням діяльності УНР-івських місій на теренах Німеччини припинили вихід субсидовані ними видання; важке матеріальне становище еміграції під час економічної кризи середини 1920-х рр. спричинило закриття ряду українських видань; прихід до влади націонал-соціалістичної партії Гітлера призвів до заборони прокомуністичної преси; натомість зростання популярності серед української еміграції в Німеччині консервативної та націоналістичної ідеології дало поштовх розвитку прогетеманської та націоналістичної періодики.

Загалом феномен еміграційних видань у контексті розвитку українськомовної преси на зарубіжних теренах як на рівні діакронії, так і на рівні синхронії полягає у здійсненні ним триєдиної функції: інформування, комунікації та консолідації/інтеграції української спільноти.

Так, редагований Дмитром Донцовим “Літературно-Науковий Вістник” (далі – ЛНВ) (1922–1932) і його безпосереднє продовження, журнал “Вістник” (1933–1939), перебував на вістрі всіх ідеологічних та естетичних дискусій не лише в тогочасній Галичині та на еміграції, а й викликав пильний інтерес українських інтелектуалів Наддніпрящини. ЛНВ (“Вістник”) цікавий для нас величезним комунікативним резонансом, методологічним значенням донцовської ідеологічної системи, створенням специфічної інтелектуальної та духовної атмосфери, в якій формувався український націоналістичний рух [3, с. 3].

На думку С. Квіта, розуміння місця і значення ЛНВ (“Вістника”) для української суспільно-політичної та естетичної думки, для української духовності в наш час формується надзвичайно повільно, долаючи радянську політичну інерцію разом з експортованою до нас після проголошення незалежності ідеологією постмодернізму (тоталітарного лібералізму) [3, с. 6].

Постмодерн як парадигма наукової спільноти є певною онтологією для цієї спільноти і транслюється в соціум у вигляді соціальної міфології, яка реагує на певні соціальні та культурні процеси. Як соціальна міфологія він є інтерсуб’єктивним явищем. Також постмодерн є своєрідним соціальним проповідництвом, що здійснюється науковцями, діячами культури та мистецтва, які виконують в цьому контексті роль міфотворців [4, с. 14].

“В епоху Постмодерну світ постає як такий, що перебуває в постійному становленні. Реальність складають безліч взаємодіючих систем, що самоорганізуються, породжуючи нові структури. Зміни в поглядах на світ детермінують трансформації уявлень про людину, суспільство, історію” [5, с. 10].

Як зауважує А. Чантурія, і в сучасній соціальній філософії велика увага приділяється пошукам засад суспільної інтеграції. Так, комунікативна практична філософія (К. Апель, Ю. Габермас) звертається до проблеми ефективності інтерсуб'єктивної комунікації, вважаючи комунікаційне взаєморозуміння основою справжньої інтеграції суспільства. Модель соціокультурної реальності, запропонована М. Петровим, передбачає триєдність універсальних процесів – діяльності, трансляції та трансмутації, – інтеграція, взаємозалежність і взаємопроникнення яких визначають і структурують сьогодення, сучасний момент соціального буття. Умовою для успішного здійснення соціальної комунікації вважається необхідність для людини засвоювати певний культурний текст, “фрагмент” соціальної реальності й передавати цей “фрагмент” іншим, додаючи до тексту щось нове в результаті трансмутаційних процесів [5, с. 11].

Ми погоджуємося з ученою відносно того, що для дослідження подібних процесів репрезентативними є прецедентні тексти, котрі набувають семантичної однозначності й виконують свою комунікативну функцію найбільш повно саме завдяки наявності комунікативної традиції та соціокультурної парадигми. У контексті нашої розвідки уточнемо, що такими текстами є прецедентні тексти медіадискурсу, зокрема еміграційного. “Перш ніж стати знаням для будь-якого члена суспільства та транслюватися в культурному просторі, прецедентні тексти виникають у результаті трансмутаційних процесів як нова інформація, що потім засвоюється суспільством залежно від того значення, якого цей текст набуває в комунікативному просторі певної культури. Така постановка проблеми дає можливість розглянути опозицію “культура – цивілізація” не як протистояння ідеальних фікцій задоволенню потреб реального життя, а як взаємодію відмінних конвенціональних систем. Аналіз кодексів “грошової цивілізації” (Т. Веблен) доводить, що не тільки культура, але й цивілізація створює знакові моделі, далекі від потреб реального життя. Р. Барт показує, що стереотипні моделі соціальної поведінки можуть відбивати не стільки реальні соціальні явища, скільки інтереси певної особистості або групи, й тим самим набувати політичного виміру” [5, с. 11–12]. До того ж, життя суспільства визначається не зовнішньою системою відносин, а взаємодіючою системою інтеріоризованих (процес засвоєння соціальних рис всередині людини називається *інтеріоризацією*) кодів, кожен з яких дає змогу суспільним явищам набути певного ступеня реальності. У свою чергу, кожне із цих явищ перекладається та інтерпретується в систе-

мі суспільних відносин, породжуючи прецедентні тексти, які впливають на характер зв'язку між позначуваним й означаючим у численних соціально-комунікаційних системах [5, с. 11–12].

Такі комунікаційні системи уможливають судження про комунікативну ефективність, або компліментарність (за К. Дойчем), – взаємодоповнювальні (complementary) комунікативні засоби та звички суспільства, що приводять до нагромадження спільного досвіду народу [6, с. 324–325]. Значущим для нашої розвідки є запропоноване К. Дойчем поняття етнічної компліментарності, перспективне для дослідження еміграційної спільноти. Так, за словами Г. Фінера “у цьому сенсі компліментарність може бути тією невольною здатністю індивідів, що робить суспільство цілісним, робить його спільнотою, можливо, навіть незважаючи на значні варіації зовнішніх обставин” [6, с. 327].

На думку О. Андрієнко, міфологічна сутність постмодерну впливає зі специфіки сучасного світовідчуття, яке характеризується руйнацією уявлення про цілісність та єдність реальності, можливістю її симуляції та штучного конструювання. Найбільш важливими причинами затвердження постмодернізму як нової соціальної міфології стали породжений модерном прискорений розвиток, а також релятивізація багатьох світоглядних уявлень [4, с. 12].

Згідно з твердженням дослідниці, соціальний міф (далі – СМ) як складник соціальної міфології має чіткі сутнісні характеристики, що дають змогу говорити про його спільні та відмінні риси відносно класичного міфу; заперечення ототожнення зі стереотипом, забобоном, архетипом, міфологемою, ідеологією, хоча іноді вони видаються дуже близькими за змістом; трактування СМ як символічно вираженої сукупності онтологізованих уявлень, ідеалів та переконань, що є для суспільства актуальними. Тож його загальні риси такі: діалектичний зв'язок з конкретно-історичними обставинами, відносна статичність та замкнутість, мотиваційність, вибіркова гіперболізація, сугестивність, імперативність, інтерсуб'єктивність, універсальність, синкретичність, здатність до самоакраїзації та самоактуалізації, нерелективність; специфічні – зорієнтованість на соціальну модель світобачення, дискурсивно-дискретний характер конкретного творця.

За сферою походження О. Андрієнко виділяє такі типи СМ: політичні міфи (які, у свою чергу, можна поділити на локально-регіональні, національно-державні та глобальні); економічні міфи; комерційні міфи; медіа-міфи; наукові міфи; натуралістичні міфи, що виконують ряд функцій: на рівні суспільної свідомості – це комунікативна, емпіріо-систематизуюча, контрольна, інтег-

рувальна (дезінтегрувальна), стабілізувальна (дестабілізувальна), гуманізуюча (дегуманізуюча), та прогностична функції; на рівні індивідуальної свідомості – світоглядна, аксіологічна, когнітивна, мотиваційна та соціалізаційна функції. Міфи відображають внутрішні суперечності суспільства, а іноді можуть їх провокувати або поглиблювати [4, с. 13].

Натомість А. Чантурія зауважує, що сучасний СМ, не забезпечуючи комунікативної взаємодії, постає як набір метафор, що цю взаємодію ускладнює, а на передній план виходять його символічно-компенсаторні можливості. Для забезпечення розвитку та цілісності суспільства його ідеологія має стати сукупністю орієнтирів, які визначають конкретно-історичний ціннісний вибір, а не соціальною міфологією, котра перетворює ідеологічний дискурс на статичну систему “образів світу” і не залишає людині можливості свідомо впливати на соціальну реальність [5, с. 7].

Функціональна роль держави як ядра суспільства в пострадянському просторі змінюється в результаті політичних перетворень. Якщо в радянський період ідеологічний код, як найбільш сильний, виконував роль “фільтру”, який перекладає повідомлення з іншої семіотичної реальності для усвідомлення суспільством, то сьогодні він втратив своє значення. Ідеологічний вакуум пострадянського суспільства заповнюється новими кодами, кодами “грошової цивілізації”, – ринковим, утилітаристським та ін. Норми та правила цих кодів некритично засвоюються суспільством, оскільки досягнення західної цивілізації стали розглядатися не просто як тексти іншою “мовою”, а як зразкові тексти, які сприяють удосконаленню організації соціальної реальності [5, с. 14].

Міф, по-перше, виступає як історично зумовлений етап освоєння дійсності; по-друге, як феномен, невід’ємний від раціонального сприйняття світу (через визнану обмеженість можливостей такого сприйняття в задоволенні світоглядних запитів людини). У першому випадку міф має характер цілісного світогляду, у другому він втрачає конституюючу роль щодо реальності загалом, має дискретний характер і виступає як спосіб вторинної організації окремих фрагментів реальності. Міфологічні тексти, функціонуючи в культурі, підтримують постійне напруження між різними інтерпретаціями реальності. Будь-який міф впливає на процес смислоутворення в усій семіотичній системі [5, с. 16].

В умовах сучасного суспільства прояви міфологічної свідомості набувають характеру метафор, які наділяються статусом “реальності”. Метафора не відбиває й не пояснює реальність, а надає їй статусу унікального й неповторного явища, наповнює

об’єктивну реальність особистісним змістом. У сучасному українському суспільстві наявна перевага емоційно-вольових регуляторів, тому життя сприймається як перехід від одного міфу до іншого. Автор підкреслює, що дискретний (перервний) соціальний міф постає не як знакова система, яка забезпечує комунікативну взаємодію, а як набір метафор, що цю взаємодію ускладнює. На перший план виходять компенсаторні можливості міфу, який у символічній формі здійснює колективну психотерапію.

Криза громадянської взаємодії в пострадянському просторі часто розглядається як результат відсутності єдиної ідеології, яка мала б забезпечувати цілісність соціуму, а розв’язання цієї проблеми пов’язується з необхідністю створення соціального міфу, який міг би стати основою такої ідеології. Згідно з твердженнями дослідниці, з позиції семіотики:

- ідеологія – сукупність орієнтирів, які визначають ціннісний вибір суспільства в конкретній історичній ситуації;
- соціальна міфологія – міфологія, що фігуративізує дискурс, перетворюючи його на статичну систему “образів світу”, і не залишає людині можливості свідомо впливати на соціальну реальність.

Для забезпечення ефективності перетворень, що відбуваються в сучасному суспільстві, визнається за необхідне відкриття нових можливостей для вільного й відповідального самовизначення людини у світі культури, яка розглядається не як набір готових міфологем і стереотипів, а як безмежна сфера загальнолюдського досвіду інтерпретації реальності, що передбачає особистісний вибір кожного [5, с. 17].

Тож сучасна українська еміграційна спільнота та її медіапростір є прикладом суспільних трансформацій, що виявляють ряд проблемних аспектів.

Г. Саранча виявляє той факт, що сучасна еміграція українців, зокрема до США, має у переважній більшості економічний характер – прагнення покращення свого матеріального становища. У цьому сучасна хвиля еміграції найбільше подібна до першої хвилі української еміграції. Однак за своїм соціальним та освітнім рівнями ця хвиля якісно відрізняється від трьох попередніх. “Серед вихідців першої хвилі еміграції кількість письмених осіб становило лише 1%, третя хвиля еміграції, що вважалася найбільш свідомою і освіченою, складалася у переважній більшості із осіб з початковою освітою – 54,54%, кількість українців з вищою освітою становило 4,12%, лише 9% емігрантів з України мали спеціальну освіту” [7].

На тлі цієї статистики четверту хвилю еміграції дослідниця окреслює інтелектуальною, адже практично кожен українець,

який емігрував до Сполучених Штатів Америки здобув середню освіту, і значна частина емігрантів мала вищу освіту. Новоспечені емігранти, намагаючись влитися в закордонне суспільство, часто не знаходили спільної мови з представниками “старої” еміграції. У багатьох із них світогляд залишився радянський, а їхня розмовна мова – російська. Ця четверта хвиля викликала шок у “старої” української діаспори, оскільки вона не очікувала такого байдужого ставлення до української мови, культури, традицій.

Крім того, погоджуємось із автором у тому, що сьогоднішні причини еміграції з України відрізняються від колишніх. Так, попередні покоління залишали Батьківщину, котра перебувала під владою чужинців, а тепер українці мають власну державу. Об’єктивно держава зацікавлена у кваліфікованих, працьовитих, патріотичних кадрах, однак не може знайти їм достойного застосування [7].

Діаспора у США упродовж свого існування розбудувала широку мережу власних етнічних організацій та установ. Вона створила широкі можливості для збереження української ідентичності й продовження свого існування власне як діаспори, незважаючи на майже суцільну інтегрованість у суспільне життя США.

Сучасна еміграція, прибувши до США, застала організоване життя української діаспори. Численні громадсько-політичні, релігійні, мистецькі організації до 1991 р. виконували функції, що могли б належати до компетенції держави. Роль, яку відіграла діаспора, розповідаючи всьому світові про геноцид, безправ’я та знущання над цілим народом, важко переоцінити. Із проголошенням України незалежною державою роль українських організацій докорінно змінилася. Представники української діаспори, які є активними громадськими діячами, стосовно цього зазначають, що на сьогодні завданням цих структур є: “сприяти у державотворчих процесів молодій державі, зокрема формулювати національну ідею, об’єктивно визначати соціально-економічні і соціально-культурні інтереси держави і українського народу” [7].

Одним з основних завдань, що постають перед українськими громадськими та церковними організаціями, є допомога новоприбулим емігрантам в адаптації до нових умов проживання.

Етнічна компліментарність на сьогодні не є провідною характеристикою сучасної української еміграційної громади, її медіапростору.

Системний медіаефект на всіх етапах досягався саме упорядкуванням стереотипів у масовій свідомості, що приводив до виникнення певної картини світу. М. Бутиріна підкреслює, що керування стереотипа-

ми, які акумулюють вторинні (коннотативні) значення, уможлиблює реалізацію ідеологічних програм. У структурі стереотипів закладено потенціал пропагандистського впливу на масову аудиторію. Крім функцій передачі інформації, адаптації до реалій, вони також виконують регулятивну функцію, виносячи за межі тексту інструментальні настанови [8, с. 25].

Надзвичайно злободенним для українських діаспорних етноменшин є аналіз архетипного коріння характерної для сучасної соціальної перцепції опозиції “Ми – Вони”, яка виступає підґрунтям соціальної взаємодії між групами. Ця опозиція репрезентує типовий для масової свідомості спосіб контрастного мислення. Актуалізована в масмедіа настанова на диференціальний розподіл груп, явищ, подій, з одного боку, сприяє створенню позитивної ідентичності аудиторії, а з іншого – провокує сегрегацію (фактичне чи юридичне відокремлення в межах одного суспільства певних суспільних груп) у суспільстві. ЗМК експлікують і конкретизують опозицію “Свій – Чужий”, відповідно відображуючи події національної історії й сьогодення крізь призму архетипу, залучаючи для підсилення й увиразнення факти й оцінки з різних соціальних сфер – релігійної, ідеологічної, геополітичної тощо.

“Стереотипи є комунікаційно організованими уявленнями, які утворюються внаслідок неточної, гнучкої категоризації соціуму засобами масової комунікації; містять когнітивний базис і настанову на сприйняття явищ, об’єднаних межами категорій” [8, с. 24–25]. Тож у медіасередовищі виокремлюються такі процеси, пов’язані із функціональністю стереотипів, як стереотипотворення, стереотипізація, дестереотипізація та медіатизація стереотипів [8, с. 24–25]. У сучасному світі, в епоху постмодерну залежність людини від медіатизованих форм знання, від готових формул сприйняття й оцінювання дійсності досить рельєфно подано в явищі стереотипізації масової свідомості. Наслідки його впливу й ефекти, створювані ним, варіюються в соціумі від конструктивних до деструктивних, що унеможлиблює однозначну наукову й суспільну оцінку феномену [8, с. 3]. На думку М. Бутиріної, спосіб взаємодії соціальної настанови та стереотипу реалізується як взаємонакладання: структурним елементом стереотипу є настанова, а до структури настанови входить стереотипний (його ще називають когнітивним) компонент. Дослідження модусів взаємодії стереотипів і настанов у медіасередовищі дало підстави запровадити в науковий обіг поняття “стереотипно-настановний комплекс”, структура якого відображає основні функціональні вектори мас-медіа – когнітивне опрацювання дійсності відповідно до інформаційних потреб аудиторії (спро-

щення, схематизація, генералізація змісту явищ); надання готових оцінок, які сприяють активізації певних реакцій; залучення до дії [8, с. 11]. Стереотип як ефект характеризується функціональністю, якщо він з'явився або активізувався в масовій свідомості внаслідок організованої медійної практики. І, відповідно, стереотип є дисфункціональним, якщо він виник у супереч цілям медіаполітики або сформувався стихійно через конформність дій комунікаторів. Сприйняття медіапрактики української діаспори завжди відбувалося крізь призму стереотипів та історико-політичних “шаблонів”.

Аналізуючи загальну ситуацію сучасної української еміграційної спільноти, варто звернути увагу на розвідку Г. Саранчі [7], яка досліджувала причини еміграції четвертої хвилі українців до США, особливості їх пристосування до умов проживання у чужій країні.

Українська діаспора поклала чималі надії на новоприбулих емігрантів в тому, що вони поповнять українські організації у США, однак вони не справилися: “Великі сподівання були у зв'язку з так званою “четвертою хвилею” еміграції. Для цього була навіть відновлена діяльність Асоціації українців в Америці з її органом – журналом “Наш голос”, з метою організаційно оформити численну кількість нової еміграції, розкиненої в різних штатах Америки. На жаль, “Наш голос” не став ні голоснішим, ні перспективнішим. Ці сподівання виявилися передчасними. Насправді, тільки у виняткових випадках новоприбулі включалися до організації” [7]. К. Мицьо у статті в “Свободі” висловила щодо цього так: “За 12 років українське організоване життя на еміграції опинилося в критичному пункті, існує поважна загроза, що вона може занепасти до тієї міри, що буде існувати лише на папері. Старі громадські діячі відходять, а молода зміна не чисельна. Це діється тоді, коли є така чисельна, молода і освічена нова еміграція” [7].

Тож сьогодні, як ніколи, актуальною стає проблема розвитку нових ідентифікаційних практик, осмислення яких тільки й можливе застосуванням міждисциплінарних теоретичних підходів, у тому числі в контексті розвитку уявлень про феномен соціальної ідентичності, що динамічно розвивається.

У соціології термін “соціальна ідентичність” означає належність суб'єктів до певних соціальних категорій та ідентифікацію з ними [9, т. 2, с. 228–230]. Такий теоретичний підхід цілком відповідав добі революційного модерну, що його започаткувала Велика французька революція (1789–1794). Точніше, він відповідав психосоціальної природі тогочасної (“емоційно чутливої”) людини з певним набором психосоціальних властивостей: “екстраверсія”, “емоційність”, “іраціо-

нальність”, “інтуїтивність”, “екстернальність”, “екзекутивність” [10, с. 15]. Саме цей набір людських властивостей був причиною домінування в суспільстві “матеріалістичних поглядів на історію”, а в контексті суспільної самосвідомості – поширення ідентифікаційних практик, що ґрунтуються на класових, вікових, етнічних, професійних та інших соціальних відмінностях і різновидах соціальної ідентичності. “Емоційно чутлива” психосоціальна типологія людини доби модерну визначала й механізми єднання людей у суспільство. В основі цих механізмів лежав феномен солідарності, що його детально дослідив відомий французький соціолог Еміль Дюркгейм (1858–1917) [9, т. 2, с. 228–230].

Складну діалектику цього процесу в його інтегральному сенсі тлумачить на сьогодні фактор соцієтальності. У соціології доволі тривалий час точаться дискусії щодо розуміння поняття “соцієтальний”, що його ввів 1903 р. у науковий обіг німецький соціолог А.Г. Келлер [10, с. 267]. Із того часу термін “соцієтальний” використовується в соціології для позначення суспільних відносин і процесів у їх, так би мовити, інтегральному, загальносистемному сенсі. Цей термін набув у науковому середовищі неабиякої популярності з початком суспільно-трансформаційних змін, що відбуваються на межі ХХ–ХХІ ст. Позначаючи глибинні й всеосяжні зміни, що їх зазнала соціальність, у тому числі модус ідентичності, він цілком правомірно може бути поширеним на феномен ідентичності. У цьому контексті так само, як психофізіологічна ідентичність позначає єдність і спадковості фізіологічних і психологічних властивостей, станів та процесів, психосоціальна (або соцієтальна) ідентичність означає неподільність і спадковості соціального (соціально-матеріального) та психологічного (соціально-ідеального, символічного) світів.

За всієї наближеності один до одного терміни соціальна та соцієтальна ідентичності все ж не є тотожними.

Під терміном “соцієтальна ідентичність” слід розуміти багатовимірну психосоціальну реальність, яка постає в соціокультурній “мозаїчності” нової суспільно-історичної епохи постмодерну. Хоча обидва модуси (соціальної та соцієтальної) ідентичності формуються єдиним кодом певної суспільної культури, все ж вирішальну роль у формуванні нової – соцієтальної ідентичності відіграють нематеріальні культурні цінності. Та й самі цінності, що їх опановують представники постмодерного суспільства, зазнають радикальних змін, зокрема, термінальні цінності доби модерну поступаються інструментальним цінностям нової сучасності. Загалом це виглядає як “прихованість” моральних норм, що визначає масову культуру доби постмодерну. Унаслідок цього мова стає середовищем, яке безпосередньо не може не-

сти істину або універсальний сенс. Постає простір раціональних соціальних суб'єктів, що його наповнює зовні схожа та соціально неструктурована група людей, якій, здається, не відомі традиційні соціальні цінності [10, с. 270].

Таким чином, соцієтальна ідентичність – це новий різновид ідентичності, характерний для індивіда й суспільства постмодерної доби; це характеристика індивіда і суспільства з точки зору його ототожнення із самим собою в контексті зв'язності та безперервності власної зміни. Цей різновид ідентичності може поставати як інтегральний образ усієї сукупності ролей, доступних індивідам в їх особистісному досвіді. Соцієтальна ідентичність приходить на заміну соціальній ідентичності, що притаманна самосвідомості представника модерного суспільства з його матеріалістичною картиною світу і тотожністю із соціальними групами і спільнотами [10, с. 280].

Ми підтримуємо думку про те, що обидва модуси ідентичності супроводжують будь-яку суспільно-історичну епоху, проте домінуючий із них визначає характер епохи суспільства. Так, у модерному суспільстві домінує модус соціальної ідентичності, тоді як у постмодерному суспільстві – системоутворювальним стає модус соцієтальної ідентичності. У нових суспільних умовах відбувається прискорена зміна політичного домінування, гегемонія якого, як справедливо зазначав італійський теоретик марксизму Антоніо Грамші (1891–1937), досягається шляхом гегемонії культурної. Причому “як тільки панівна соціальна група виконає свою функцію, ідеологічний блок проявляє тенденцію до розпаду” [10]. Така позиція чітко перекується з позицією К. Дойча, який ідеологією вважав духовне утворення, що формується в результаті певного соціального класу в боротьбі за панування, а ідеї, котрі реалізуються в результаті такої боротьби, перестають бути складниками ідеології [11, с. 9–18].

Постмодерна парадигма політики посилює значення ціннісних орієнтирів у процесі формування громадської думки як важливого механізму сучасної державної політики, який впливає на прийняття раціональних політичних рішень. Англійський соціальний філософ і антрополог Е. Гелнер у своїх працях цілком слушно підкреслює роль знання як вирішального фактора соціальних трансформацій [9, т. 1, с. 109]. Водночас знання про соцієтальні особливості народу формалізуються у своєрідній “карті”, яка за аналогією з геномом людини спричинює соціальну поведінку і дає підстави вести мову про конкретний ментальний код культури нації. Менталітет можна розглядати як “систему поглядів, оцінок, норм і умонастроїв, ґрунтованих на наявних у цьому суспільстві

Ошибка!

знаннях і віруваннях, які разом із домінуючими потребами й архетипами несвідомого визначають ієрархію цінностей, а отже, й характерні для представників соціальної спільноти переконання, ідеали, схильності, інтереси й інші соціальні установки, що відрізняють цю спільноту від інших” [12, с. 14]. Ментальність значною мірою сягає у несвідоме та фіксує архетипові відмінності між соціальними суб'єктами.

Особлива роль у цьому сенсі належить політичній культурі як системі домінуючих цінностей та нормативних моделей поведінки влади та громадян. “Як доводить аналіз даних моніторингу “соцієтальних змін в українському суспільстві, 1992–2009”, застрявання процесів державотворення в Україні стає також суттєвим фактором уповільнення процесів формування нової – соцієтальної ідентичності, що є фундаментальною основою становлення соціальних інтересів” [12, с. 14].

Так, якщо протягом 2002–2007 рр. щорічна прогресія кількості тих, хто сформував нову ідентичність, становила 2–3% від загальної кількості дорослого населення України, то протягом 2008 р. ця динаміка практично призупинилася.

Перехідний процес торкається всіх сфер суспільного життя. Але з усіх можливих криз найгострішою в цьому процесі постає криза ідентичності, що її нині зазнає українське суспільство. Суперечливий характер перехідної доби визначається втратою старих (притаманних модерну) і набуттям нових (властивих постмодерну) форм ідентичності.

“У контексті посттрансформаційних очікувань доречно зауважити, що дедалі наочніше ставатиме специфіка національних інтересів, що її, власне, й визначає нова соцієтальна ідентичність, у тому числі країн східнослов'янської субкультурної єдності” [10, с. 287]. Досліджені властивості української ментальної традиції природно налаштовують її носіїв на найкращу реалізацію ролі своєрідного “драгомана” – перекладача в глобальній мозаїці ментальностей народів світу. Додатковими аргументами на користь такої місії України виступають такі загально-визнані риси національного характеру українців, як толерантність, сенсорність, самодостатність.

“Специфіка коду української культури, в основі якої лежить “медіанність” її психокультури, надає їй в сучасному світі переваги щодо якісного виконання ролі драгомана – посередника, комунікатора, третейського судді у вирішенні проблем, що виникають у відносинах між різними цивілізаціями” [10, с. 287].

Отже, феномен “діаспорної компліментарності” у загальній системі українського еміграційного медіадискурсу наведено на рисунку.

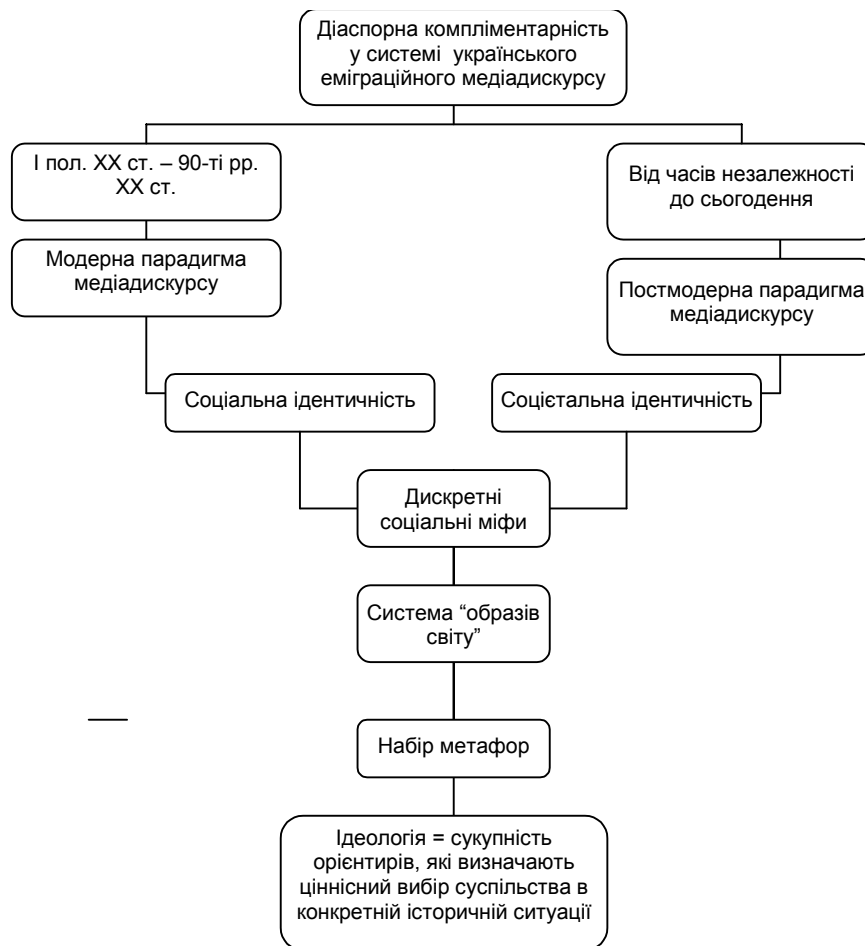


Рис. Діаспорна компліментарність (комунікативна ефективність) у системі українського еміграційного медіадискурсу загального соціально-комунікаційного простору

Висновки. На нашу думку, аналіз комунікаційного потенціалу політичної ідеології, яка здатна як об'єднати громадян, так і виступати основою для поділу суспільства, ідентифікаційним “наріжним каменем”; соцієтального капіталу (менталітету, цінностей, ідеалів) є особливо перспективним у соціально-комунікаційній системі українських еміграційних спільнот та їх медіапростору для пошуку консенсусу, компромісу, побудови толерантних відносин, які сприяють розвитку демократизації суспільства та важливих у наш час ідентифікаційних практик.

Список використаної літератури

1. Дзвінчук О. Часопис “Український Голос” (Вінніпег, Канада, 1920–1981 рр.): проблемно-тематичний та організаційний аспекти : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук із соціальних комунікацій : спец. 27.00.04 / О. Дзвінчук. – К., 2008. – 20 с.
2. Кулеша Н. Українські періодичні видання у Німеччині (1919–1945 рр.): формування та функціонування : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук / Н. Кулеша. – К., 2007. – 20 с.
3. Квіт С. Дмитро Донцов і “Літературно-Науковий Вістник” (“Вістник”) на тлі розвитку української літератури і журна-

лістики 20-х – 30-х років. Ідеологічні, естетичні та організаційні принципи : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філол. наук : спец. 10.01.08 / С. Квіт ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2000. – 36 с.

4. Андрієнко О. Соціальна міфологія у контексті суспільних трансформацій : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філос. наук : спец. 09.00.03 / О. Андрієнко. – Донецьк, 2008. – 19 с.
5. Чантурія А. Семіотичні аспекти дослідження соціальної реальності : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філос. наук : спец. 09.00.03 / А. Чантурія ; Ін-т філос. ім. Г.С. Сковороди НАН України. – К., 2006. – 20 с.
6. Дойч К. Народи, нації та комунікації / К. Дойч / Націоналізм : Антологія. – 3-тє вид. / упор. О. Проценко, В. Лісовий. – К. : Простір : Смолоскип, 2010. – С. 317–332.
7. Саранча Г. Сучасна еміграція у США: проблеми адаптації та збереження зв'язків з Україною / Г. Саранча [Електронний ресурс] // Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/NZTNPU_ist/2010_2/2010_2/Sarancha.pdf.

8. Бутиріна М. Мас-медіа як середовище створення та функціонування стереотипів масової свідомості : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра наук із соц. комунікацій наук : спец. 27.00.01 / М. Бутиріна. – К., 2009. – 30 с.
9. Большой толковый социологический словарь (Collins) : пер. с англ. – М. : Вече ; АСТ, 1999. – Т. 1, 2. – 544 с.
10. Концептуальні засади взаємодії політики й управління : навч. посіб. / [авт. кол. : Е. Афонін, Я. Бережний, О. Валевський та ін. ; за заг. ред. В. Ребкала, В. Шахова, В. Голубь, В. Козакова]. – К. : НАДУ, 2010. – 300 с.
11. Нечипоренко В. Соціологічна теорія формування ідей в “Ідеології та утопії” Карла Мангайма / В. Нечипоренко / Мангайм К. Ідеологія та утопія : пер. з нім. – К. : ДУХ І ЛІТЕРА, 2008. – С. 9–18.
12. Історія європейської ментальності / [за ред. П. Дінцельбахера ; пер. з нім. В. Камьянець]. – Львів : Літопис, 2004. – 720 с.

Стаття надійшла до редакції 25.09.2012.

Ковпак В.А. Украинский эмиграционный медиадискурс: структурный подход к коммуникативной эффективности

В статье проанализировано важные характеристики для понимания понятия политической публицистики.

Ключевые слова: украинский эмиграционный медиадискурс, коммуникативная эффективность, социальная идентичность, социетальная идентичность, идеология.

Kovpak V. Ukrainian emigration media discourse: a structural approach to communicative efficiency

The article analyzes the structural characteristics of communicative efficiency Ukrainian exile media discourse.

Key words: Ukrainian emigration media discourse, communicative effectiveness, social identity, societal identity, ideology.