

Кулик Володимир

МОВНІ ІДЕОЛОГІЇ В УКРАЇНСЬКОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ

Досліджуючи мовні процеси в Україні, науковці – й вітчизняні, й закордонні – зазвичай зосереджуються або на мовній політиці держави, або на ставленні населення до цієї політики. При цьому здебільшого залишаються поза увагою глибоко вкорінені, часто неусвідомлювані уявлення, що обмежують розмах свідомих настанов і, отже, політичних альтернатив. Відповідно, не стає об'єктом дослідження й те, як на ці уявлення впливають практики та дискурси державних і недержавних інституцій та акторів. Цією статтею я сподіваюся посприяти заповненню вказаної прогалини. Я маю на меті проаналізувати впливові ідеології щодо мови й мововжитку та роль, яку відіграє в їх відтворюванні й перетворюванні одна з найпотужніших у сучасному світі ідеологічних інституцій – мас-медії. Почну з теоретичних міркувань про такі уявлення, що їх багато дослідників, зокрема лінгвістичних антропологів, називають *мовними ідеологіями*, а потім розгляну мовні ідеології в пострадянській Україні та їх утілення в мейнстрімовому медійному дискурсі.

Мовні ідеології, нормальність і медії.

Називаючи й усвідомлені, й неусвідомлені уявлення про мову мовними ідеологіями, я – наслідуючи приклад дедалі більшого числа науковців – надаю перевагу широкому значенню терміна “ідеологія”, що охоплює всі види уявлень і концепцій, які відбивають суспільне становище й досвід їхніх носіїв. Інакше кажучи, прибічники цього значення вважають такі уявлення вкоріненими в досвіді чи інтересах конкретних людей і груп,

хоча самі ці люди нерідко представляють їх як універсальні¹. Як пояснює Кетрин Вулард, наголос на соціальному походженні думок – головна причина, чому за ключове поняття новопоста-лої ділянки дослідження уявлень про мову вибрано саме ідеоло-гію, попри добре відому множинність і змагальність тлумачень цього поняття². Поєднання інклюзивності й уваги до соціаль-ного походження дає змогу великою мірою подолати розрив між нейтральним розумінням ідеологій як усіх культурних сис-тем представлення різних аспектів світу та критичним розумін-ням, яке застосовує цей термін лише до тих систем, що вкоріне-ні в певних соціальних позиціях (перш за все, позиціях панів-них класів) і сприяють їх легітимації та захистові. Прибічники такого підходу наголошують, що “визнання соціальної природи представлень не означає просто заперечення їхньої чинності, якщо ми визнаємо, що немає привілейованого знання, в тім числі й наукового, яке б уникло вкоріненості в соціальному житті”³. Замість запитувати, є певне уявлення правильним чи хибним, науковці мають аналізувати, як воно функціонує, то-то як виникає, поширюється, підтримується або змінюється.

Особливий інтерес для аналізу вкорінених і неусвідом-люваних уявлень становить теорія Антоніо Грамші про співвід-ношення між ідеологією та здоровим глуздом і внесок натура-лізованих ідеологій у підтримання нерівноправних владних від-носин⁴. Згідно з цією теорією, носії ідеологічних уявлень нерід-ко подають (в багатьох випадках тому, що сприймають) їх як здоровий глузд або наукове знання, а отже, приписують їм безперечну й універсальну істинність. Таким чином ці твер-дження здобувають більше шансів бути сприйнятими відповід-ною аудиторією, оскільки їй важче побачити в них відбиття чийхось інтересів. За словами Нормана Фейрклафа, “ефектив-ність ідеології великою мірою залежить від її злиття з цим сприйманим як здоровий глузд тлом дискурсу й інших форм соціальної дії”⁵. На думку прибічників цього погляду, “ідеологія може підтримувати чинні владні структури, представляючи ви-падкові суспільні стосунки як природні чи неминучі. Ідеології

продукуватимуть історично особливі форми здорового глузду, але цей здоровий глузд сприйматиметься як універсальний”⁶. Результатом такої ідеологічної роботи є *гегемонія*, тобто панування з допомогою не примусу, а згоди підлеглих зі своїм становищем. Однак гегемонія завжди залишається “нестійкою рівновагою”⁷, фокусом постійної боротьби між панівним блоком і опозиційними силами, що прагнуть проблематизувати його ідеологію, подавану як здоровий глузд.

Важливою рисою здорового глузду я вважаю те, що він не стільки приписує якийсь один стан предмета чи перебіг процесу як *норму*, скільки приймає певний спектр можливостей, уважаючи їх *нормальними*. У тлумаченні нормальності як відмінної від нормативності я спираюся на концепцію Юргена Лінка, котрий розглядає нормальність як Гаусів розподіл на спектрі можливих значень певної змінної, де ймовірність відповідає рівневі нормальності, що є найвищим посередині й симетрично спадає в напрямку країв. Іншими словами, нормальним вважається поширене, яке завдяки цьому стає прийнятним, не вартим жодного втручання⁸. Цю властивість здорового глузду використовують ті ідеологічні представлення, що прагнуть розчинитися в гаданому здоровому глузді й таким чином уплинути на нього. Зокрема, те, що не проблематизується, неявно постає як нормальне – і завдяки цьому такі представлення сприяють легітимації тих явищ, щодо яких вони не формулюють певної позиції чи яких буцімто взагалі не торкаються.

Якщо йдеться саме про мовні ідеології, то треба брати до уваги, що вони втілюються не тільки в судженнях про мову, а й у її вживанні. Хоча будь-які ідеології є водночас дескриптивними й прескриптивними, в цьому разі слід розглядати й *уявлення* про те, як є та як має бути, й *утілення* цих уявлень у мовній практиці. З трьох аспектів мови, яких можуть стосуватися такі ідеології, – природи, структури та вживання⁹ – я аналізуватиму тільки останній. Утім, я усвідомлюю нерозривний зв’язок між уявленнями про реальне й бажане *вживання* певних мов чи різновидів, з одного боку та про їхні ідентифікаційні, комунікаційні, естетичні

вартості, з іншого¹⁰. Хоча на практиці оцінки окремих вартостей переплетені, аналітично їх можна розділити й виділити ідеології, що надають якійсь із цих вартостей перевагу над рештою.

Типологія, яку я пропоную, складається з ідеологій *ідентифікації*, *розуміння* та *чистоти*. Перша з них наголошує роль і вартість мови як маркера й чинника підтримання групової ідентичності, насамперед національної, та припускає і водночас приписує однозначну відповідність між націями та однойменними мовами. Цей зв'язок найяскравіше представлено в метафорі мови як скарбу, котра підкреслює обов'язок особи вживати гадану мову своєї групи, таким чином зберігаючи цю мову для нащадків. Натомість ідеологія розуміти (або, інакше, спілкування) бачить у мові перш за все знаряддя, засіб передавати інформацію, а отже, приписує вживання тієї мови, яку найкраще розуміють усі учасники певного комунікаційного акту — або використання перекладу, якщо такої мови немає. Вважаючи мову лише формою, а не суттю, прибічники цієї ідеології не припускають, що вживання іншої мови або перекладу може якось спотворити передавану суть людських думок. Щодо ідеології чистоти, то вона поширює імператив ідентифікації на окремі вживані форми та складені з них мовні різновиди, вимагаючи їх відповідності певному стандарту, розглядуваному як утілення справжньої суті нації. Ті різновиди, що мають статус мов, уважаються легітимними й вартісними засобами самовираження відповідних націй, тоді як за всіма іншими різновидами ця ідеологія такої вартості й легітимності не визнає, на що вказує їх окреслення як діалектів, суміші мов або нечистої мови. Ідеологія чистоти найяскравіше виявляється в уявленнях, пов'язаних з оцінюванням якості мовлення та ставленням до різновидів, сприйманих як відхилення від стандарту, наприклад, суржику¹¹. Оскільки в цій статті я зосереджуватимуся на уявленнях, що стосуються вибору між різновидами, наділеними статусом мов, то далі я розглядатиму тільки ідеології ідентифікації та чистоти.

Медії є, з одного боку, тереном явного висловлювання різних ідеологій та змагання між ними (наприклад, у газетних

статтях, що представляють виразно суб'єктивну позицію автора, чи в телевізійних ток-шоу), а з іншого, місцем неявного втілення й натуралізації панівних ідеологій (наприклад, у випусках новин чи розважальних програмах). Зокрема, медіа продукують нормальність шляхом представлення щоразу нових подій, у яких вони здебільшого не бачать вияву проблем, а часом – навіть наслідку чийхось дій. Просто повідомляючи про щось і відразу переходячи до повідомлення про щось інше, медійний дискурс подає такі події як нормальні, не варті того, щоб читачі або глядачі над ним замислювалися чи, тим паче, намагалися якось утруситися. Завдяки цьому він робить внесок у натуралізацію панівних ідеологій та легітимацію чинного суспільного ладу¹². Важливим аспектом відтворюваного таким чином ладу є національний характер суспільства й національна організація світу, інакше кажучи, існування певної спільноти як “нації серед націй” та пріоритетність ідентифікації особи зі “своєю” нацією¹³. Припускається також, що кожна нація говорить “власною” мовою, яка є спільною для всіх членів та відмінною від мов інших націй¹⁴.

У випадку мовних ідеологій медійне втілення додатково “розгалужується” завдяки згаданій вище особливості вияву цих ідеологій у дискурсі. Маю на увазі, що медіа не лише представляють *судження* акторів і висловлюють свої, а й подають *мовлення* акторів і демонструють власне, журналістське. Наводячи думки й зразки мови акторів, журналісти можуть висловлювати свої оцінки такого мислення й мовлення, а коли вони цього не роблять, то таким чином (можливо, й неусвідомлено) навіюють враження про прийнятність, нормальність цих зразків. Щодо мовної практики самих журналістів, то особливо важливими з погляду мовних ідеологій я вважаю такі аспекти. По-перше, ця практика зазвичай орієнтується на стандартну, літературну версію відповідної мови, таким чином утілюючи ідеології не лише чистоти, а й ідентифікації. Адже саме з цією версією аудиторії пропонують ідентифікуватися – а не з діалектами, сленгами, професійними говірками чи іншими

різновидами, що їх уживають з ідентифікаційною метою тільки в деяких практиках, скажімо, представленні мови старих або сільських людей чи гумористичних програмах¹⁵. По-друге, послуговуючись тільки однією мовою, медіи ідентифікують її як єдину мову своєї аудиторії та всієї нації/країни, репрезентативною частиною котрої вони зазвичай цю аудиторію вважають. Але вживання цієї мови може зумовлюватися також (чи й передусім) припущенням редакторів і журналістів, що всі читачі/глядачі її (найкраще) знають, – хоча цей гаданий факт, ясна річ, відтворюється завдяки вживанню в медійній та інших практиках. Таким чином, тут діють водночас ідеології ідентифікації та розуміння, змагаючись між собою за те, якого значення надаватиме аудиторія певним мовам і зразкам мововжитку. По-третє, якщо вживано кількох мов, то всі вони постають як прийнятні для аудиторії/країни, але водночас між ними виникають ієрархічні відносини, оскільки обсяги застосування різних мов різні, що не тільки відбиває чинні суспільні статуси мов, а й впливає на них¹⁶. У цій практиці так само використовуються й відтворюються водночас ідеології ідентифікації та розуміння. При цьому пріоритетність першої чи другої залежить, на мій погляд, від уживання певної мови чи лише в медіях для її носіїв, ідентифікацію яких із цією мовою таке вживання відбиває та підтримує, а чи для ширшої аудиторії тих, хто, як припускається, цю мову розуміє. Дію всіх цих ідеологій я спробую показати в мовних практиках українських медій.

Мовні ідеології в пострадянській Україні.

Типологію впливових у сучасній Україні ідеологій щодо мововжитку я пропоную будувати на підставі того, інтереси яких мовних груп ці ідеології явно чи неявно обстоюють. Щоправда, застосування такого критерію типологізації ускладнюється тим, що нині в українському суспільстві не можна виділити чітких мовних груп, оскільки мовні ідентифікації людей (окреслювані, зокрема, переписним указуванням “рідної

мови”) часто не відповідають їхній повсякденній мовній практиці, яка, до того ж, у багатьох випадках поєднує вживання двох (а для членів деяких меншин навіть трьох) мов. Однак ідеології не беруть до уваги цих суперечностей і мінливостей, постулюючи існування чітко окреслених груп, члени яких поділяють спільну ідентичність за певною (не конче мовною) ознакою, котра буцімто є для них пріоритетною. Не завжди прибічники певної ідеології явно виступають від імені якоїсь із окреслених таким чином груп, проте наголошування прав і проблем передусім однієї групи на тлі замовчування або заперечування прав і проблем інших дає змогу в кожному випадку ідентифікувати “своїх” та “чужих”. Саме тому я вважаю за можливе класифікувати ідеології за тими групами, які для них є “своїми”.

Дві з цих ідеологій я називаю *українофонною* та *русофонною* – застерігаючи, однак, від припущення про автоматичну відповідність між мовною ідентичністю ідеологів та групою, яку вони прагнуть представляти. Власне, для українофонів (цим терміном позначаю не носіїв української мови чи мовної ідентичності, а прибічників українофонної ідеології) пріоритетною в ідентичності особи є не мова, а етнічність, тому вони виступають від імені й на захист не україномовних громадян, а “українців”. Проте всі українці, за припущенням цієї ідеології, говорять однойменною мовою – або хотіли б нею говорити, навіть якщо внаслідок колишньої політики русифікації нині вони послуговуються переважно російською. Тому українофонна ідеологія домагається збереження статусу української мови як єдиної державної/офіційної та утвердження її панівного становища в усіх сферах суспільного життя й, відповідно, обмеження вжитку російської до суто меншинного рівня. Натомість прибічники русофонної ідеології вважають головним визначником етнокультурної ідентичності особи мову її повсякденного вжитку, а тому говорять про “російськомовне населення” незалежно від його “національності” чи “рідної мови”. За припущенням цієї ідеології, все таке населення

прагне й далі спілкуватися в повсякденному житті російською й, отже, виступає проти політики, спрямованої на підвищення комунікативної (а не просто символічної) ролі української, тим паче проти запровадження її як обов'язкової. Русофони обстоюють практично рівні статуси двох мов і заперечують аргумент опонентів про те, що з огляду на кращі початкові умови російськомовних громадян така формальна рівність означала б увічнення цієї переваги та фактичної дискримінації україномовних¹⁷. Кожна з цих ідеологій наголошує лише одну частину суперечливого комплексу уявлень мешканців пострадянської України¹⁸ й водночас замовчує іншу. Особливо це стосується уявлень тих людей, що вважають рідною мовою українську, але в повсякденному житті воліють говорити російською. Якщо українофони визнають лише легітимність ідеології ідентифікації, завдяки якій ці фактично російськомовні люди зберігають певний зв'язок з українською мовою, то русофони надають пріоритет ідеології розуміння, котра спонукає таких людей і далі говорити переважно російською.

Проте за останнє десятиліття ці дві ідеології великою мірою змаргіналізовано завдяки посиленню впливу *центризму*, який подає себе як неідеологічну позицію, що спирається на здоровий глузд і, отже, є спільною практично для всіх членів суспільства. На відміну від своїх суперників, ця ідеологія прагне представляти інтереси не якоїсь однієї мовно-етнічної групи, а всього населення України, чиї інтереси вона не розглядає як зумовлені мовними, етнічними чи, власне, будь-якими іншими ідентичностями. Іншими словами, населення вона вважає ідеологічно однорідним, попри всі соціальні й культурні відмінності між різними його частинами. Зокрема, центристи припускають, що все (чи принаймні переважна більшість) населення знає та приймає обидві мови, а отже, що не бачить у мововжитку ані соціальної, ані, відповідно, політичної проблеми. Центристська ідеологія, з одного боку, підтримує українофонну в тому, що українська мова повинна бути єдиною державною, а з іншого, поділяє позицію русофонів, що російська має й далі

залишатися прийнятною мовою більшості публічних практик. Вона підтримує статус української як єдиної мови держави та, символічно, головної мови нації/країни, водночас приймаючи російську як одну з двох нормальних мов суспільства (якщо взагалі не головну)¹⁹. Таким чином центризм, на відміну від своїх суперників, по суті визнає правомірними постулати обох ідеологій – ідентифікації та розуміння. Водночас він теж істотно спотворює уявлення мас, припускаючи гомогенне поєднання двох складників у свідомості кожного члена українського суспільства, тобто не визнаючи регіональної та соціальної різноманітності, за якої для певних частин населення один зі складників може мати явну перевагу.

Хоч українофонна та, меншою мірою, русофонна ідеологія втілюються в політиці, освіті й деяких інших ділянках, саме центризм здобув за останнє десятиліття гегемонію в тих інституційних практиках, що справляють найбільший вплив на поширені в суспільстві уявлення про мову. Серед цих практик мас-медіа є чи не найважливішою.

Втілення центризму в медійному дискурсі.

Перш ніж аналізувати дискурс про мову та практику мововжитку в сучасних українських медіях, хочу згадати деякі риси цих медій, які роблять їх особливо придатними для нормалізації висвітлюваних подій і процесів та натуралізації відповідних ідеологій. За президентства Леоніда Кучми сама жанрово-стильова структура українського медійного дискурсу – сформована не останньою чергою під впливом репресивної політики режиму й зумовленого нею небажання журналістів і редакторів критикувати владу – по суті внеможливила проблематизацію повідомлюваних “фактів”, які таким чином здобували високі шанси бути сприйнятими просто як нормальні, не зумовлені будь-чийми діями чи принаймні не вартими будь-чийого втручання. Новинні сюжети на телебаченні та повідомлення в газетах містили дуже мало потрібної для їх

розуміння супровідної інформації, майже не надавали слова експертам, а позиції обох/усіх причетних сторін представляли тільки в найважливіших чи вочевидь контroversійних випадках. Крім того, журналісти рідко висловлювали власні погляди й коментували заяви урядовців та політиків, оскільки в газетах не було редакційних статей і нечасто з'являлися дискусійні матеріали чи листи до редакції, а на телебаченні було дуже мало ток-шоу на політичні й культурні теми. Та й узагалі “серйозним” питанням – політиці, економіці, “високій” культурі, соціальной сфері – медіа відводили досить мало місця, орієнтуючись передусім на розважання.

Після “помаранчевої революції” та зміни режиму свобода слова суттєво зросла, давши медіям змогу стати набагато критичнішими до влади, – але ця зміна не супроводжувалася адекватним розширенням плюралізму представлених поглядів і збільшенням критичного інтересу до суспільних проблем. Майже не змінилися й формати, зокрема їх зорієнтованість на розважання й брак проблематизації навіть у висвітленні “серйозних” тем. Так само практично не зазнали змін утілювані в медійних текстах і практиках мовні ідеології – що й спонукає мене в дальших абзацах формулювати свої аргументи в теперішньому часі, хоч матеріал, на підставі якого їх зроблено, походить переважно з початку 2000-х років. Зауважу, що я аналізував дискурс лише популярних медій – передусім табloidних газет і випусків новин на загальнонаціональних телеканалах, – що досягали великих аудиторій і “розчиняли” ідеологічні твердження в потоці інформації та розваг, а отже, мали більше шансів суттєво впливати на суспільні уявлення. На відміну від явно ідеологічних малотиражних видань, багато з яких чітко стоять на українофонних чи русофонних позиціях, у популярних друкованих і електронних медіях безперечно переважає центризм.

Медійний дискурс про мову й пов'язані з нею питання сприяє натуралізації центристської ідеології тим, що припускає та творить нормальність і пріоритету української як єдиної чи головної мови держави та нації/країни, й (рівної) прийнятності

двох найуживаніших в Україні мов. В обох випадках головною практикою, в якій відповідна нормальність виявляється та відтворюється, є нейтральне непроблематизаційне повідомлення про події, що так чи інак стосуються мововжитку. З одного боку, українську такі повідомлення представляють не тільки як мову держави, а й як мову суспільства, подібну до титульних мов усталених національних держав (де медіа, на думку дослідників, роблять великий внесок у (від)творення “банального націоналізму”²⁰). Газети й телеканали рутинно повідомляють, зазвичай без жодних коментарів, не лише про заяви чи дії урядовців на підтримку функціонування державної мови (як-от виділення додаткових коштів на видання україномовних підручників), а й про соціальні та культурні події (скажімо, публікацію перекладу нового тому “Гаррі Поттера”), пов’язані саме з українською мовою, а не російською чи якоюсь іншою. Та й у тих нечисленних випадках, коли медіа згадують про пов’язані з мовою проблеми, ці проблеми найчастіше теж стосуються української (це може бути, наприклад, закриття в якійсь області україномовної школи, навіть якщо тамтешня влада каже, що закрила її лише через брак учнів). Причини такого особливого ставлення до цієї мови медіа ніколи не вказують, що зумовлено (крім загальної практики медіа не пояснювати принципів добору новин чи тлумачних “рамок” їх представлення²¹) припущенням редакторів і журналістів, що читачі та глядачі вважатимуть ці причини очевидними. Тобто ролей української як мови держави й мови однієї з груп населення медійний дискурс не розмежовує, а отже, не окреслює відповідних кожній із них обсягів суспільного вжитку та медійного інтересу.

З іншого боку, не менш рутинні медійні практики відбивають і накидають уявлення, що вживання російської мови та культури в українському суспільстві також є нормальним. Саме ці практики роблять (від)творення нації в українських медіях відмінним від зразків усталених національних держав. Щоправда, представлення російської мови істотно відрізняється від представлення української: російська не постає єдиною чи

головною мовою країни або символічним маркером нації (свідченням чого є те, що медіи не повідомляють про публікації цією мовою перекладів “Гаррі Поттера” чи закриття шкіл, де нею викладали). Почасти різниця медійних представлень відбиває різницю державної політики та поширених уявлень щодо цих двох мов. Але певною мірою медійний дискурс таки *спотворює* суспільні практики й настанови, адже вони далеко не завжди надають перевагу українській мові над російською (скажімо, російськомовні книжки про Гаррі Поттера мають в Україні, гадаю, аж ніяк не менше читачів, ніж україномовні, до того ж багато людей вибирають книжку з огляду не на мову, а на час публікації та ціну).

Проте спотворення на користь української мови зовсім не означає, що практики вживання російської з медійного дискурсу про мововжиток вилучено. Хоч російська мова має нижчий від української символічний статус, вона постає в низці медійних представлень як рівною або навіть більшою мірою прийнятна в соціальній взаємодії. Головним засобом нормалізації її суспільної ролі, невідповідної символічному та правовому статусові, є оминання або лише побіжне, ненаголошуване згадування інформації про те, яку мову вживано в представляваній події чи процесі. Воно навіює уявлення про неважливість цього аспекту події чи процесу, сприяючи таким чином сприйняттю панівних зразків мововжитку як прийнятних і тому не вартих згадування, тим паче наголошування. Приміром, повідомляючи про відкриття комп’ютерного класу в якійсь школі чи звертаючи увагу на брак таких класів у школах країни, особливо сільських, медіи зазвичай не згадують ані мови інтерфейсу комп’ютерів у цьому конкретному класі, ані тієї обставини, що комп’ютерів з україномовним інтерфейсом майже немає навіть у тих суспільних ділянках (як-от освіти), де загалом уживають переважно українську. Як припускають медійники, читачі й глядачі поділяють думку, що використання навчальних матеріалів російською мовою не лише не суперечить курсові на українізацію освіти, але й не створює жодних незручностей

учням — тобто всі діти в українських школах, зокрема й ті, які ніколи не вивчали російської, досить вільно нею володіють (мало того, така ситуація зберігатиметься й надалі). І навіть коли медіи таки вказують на гадані порушення нормальності, вона часто передбачає паритетне вживання двох мов, а не переважання української. Скажімо, говорячи про невтішну ситуацію в українському книговидаванні та кіновиробництві, вони наголошують і засуджують лише вочевидь нерівне становище україномовних продуктів проти російськомовних, таким чином припускаючи, що сам по собі такий далеко не меншинний обсяг уживання російської мови в цих ділянках є цілком нормальним.

Ще масштабніше й ефективніше нормалізував більш ніж меншинну суспільну присутність російської та взаємозамінність двох найуживаніших мов мововжиток самих медій, у якому ця нормальність явно переважала над нормальністю панування української як мови держави та нації. Всупереч поширеним очікуванням початку 1990-х років російська мова зберегла помітну присутність в українських медіях загалом і посіла панівну позицію в деяких видах медійних продуктів, що здобули популярність у пострадянську добу, як-от таблоїдних газетах, “глянцеви́х” розважальних журналах, телевізійних серіалах і ток-шоу. Друковані видання переважно друкуються однією з двох мов, перекладаючи цією мовою всі іншомовні матеріали, зокрема й цитовані вислови. Таким чином, читач не може дізнатися, яку мову вживала представляювана особа з парламентської трибуни, на прес-конференції чи в інтерв’ю, текст якого газета подає, — хіба що мову спеціально зазначено в журналістському тексті з метою вказати на її незвичність і/або важливість для характеристики цієї особи. Але співвідношення газет і журналів різними мовами не є паритетним чи відповідним мовній структурі українського суспільства: російських назв і примірників протягом практично всього періоду незалежності було більше, ніж українських, і їхня частка перевищувала частку російськомовного населення, хай за яким критерієм

вимірювану. Це означає, що багато людей, котрі вважають українську мову рідною або навіть переважно спілкуються нею в повсякденному житті, готові – або мусять, бо багатьох видів видань українською зовсім чи майже немає – читати пресу російською.

Натомість на телебаченні й радіо переважним зразком є поєднання двох мов – не тільки в межах одного телеканалу чи радіостанції, де програми однією мовою чергуються з програмами іншою, а й у межах багатьох окремих продуктів: ток-шоу, випусків новин, рекламних блоків чи навіть кліпів. Зокрема, в новинних сюжетах здебільшого подають без перекладу аудіовізуальні цитати (“синхроні²), в яких політики, експерти чи “люди з вулиці” говорять іншою мовою, ніж уживана в сюжеті й випуску загалом. Винятком стала запроваджена 2005 року практика перекладання російськомовних “синхронів” у новинах Першого національного телеканалу, що її багато журналістів вітали²², але жоден інший теле- чи радіомовник не наслідував. У ток-шоу нерідко хтось із гостей (часом навіть більшість) говорять іншою мовою, ніж ведучі, а в деяких випадках і самі ведучі говорять різними мовами: один (чи одна) українською, а інший (інша) російською²³. Ці практики припускають і водночас накидають *зрозумілість* обох мов для всіх членів суспільства, а не тільки для тих людей, які вважають відповідну мову рідною або надають їй перевагу в повсякденному житті. Ба більше, вони сприяють натуралізації уявлення про *прийнятність* обох мов, а отже, про двомовність усього суспільства – не в сенсі існування в ньому двох одномовних частин, а в сенсі поєднання двох мовних лояльностей в ідентичності кожного члена.

Інший важливий складник ідеологічного впливу нормалізації медійної двомовності пов’язаний із подвійною роллю російської мови: як мови частини населення України та як мови Росії. Утвердження нормальності майже необмеженого вживання цієї мови в українських медіях означає можливість безперешкодного та неадаптованого використання імпортованих із Росії медійних продуктів, а отже, й нормалізації їхнього

ідеологічно навантаженого змісту. Заповнюючи ефір або шпальти російськими продуктами, українські медійники припускають і утверджують також прийнятність для української аудиторії ідеології російської держави й еліт, досить відмінних від ідеології їхніх українських відповідників. Особливого розмаху набула ця практика на телебаченні, зокрема через високу вартість виробництва якісного телепродукту й порівняну складність перекладу іншомовних програм. Купувати російські фільми та програми (або продукувати їх разом із російськими партнерами, що платять більшу частину грошей і за це мають вирішальний вплив на зміст продукту) українським телеканалам дешевше, ніж виробляти їх самим; водночас велика популярність більшості таких фільмів і програм показує ринкову доцільність цього вибору. Як наслідок, у багатьох жанрах українських продуктів немає взагалі, а нішу вітчизняного продукту займають російські, що таким чином дістають можливість набагато більшого ідеологічного впливу на українську аудиторію, ніж західні фільми й програми про явно чуже життя. З одного боку, ідентифікація глядачів із контекстом і героями таких продуктів, окреслених у рекламно-інформаційному дискурсі як “наші”, сприяє засвоєнню ідеології культурно-цивілізаційної спільності України й Росії; з іншого, мова й культура тих героїв і контексту представляє гадану спільноту як суто російську²⁴. Таким чином, імперська ідеологія цих продуктів підважує вплив громадянського й етнокультурного націоналізму, втілюваного в різних українських дискурсах і практиках, зокрема й деяких медійних. Можна сказати, що нормалізація сформованої імперією потреби українських громадян *споживати* інформацію та розваги російською мовою обернулася накиданням потреби й далі бодай почасти *належати* до імперії. Або, в термінах мовних ідеологій, що успішне застосування до російської мови ідеології розуміння відкрило шлях до не менш успішного застосування ідеології ідентифікації.

Сукупний вплив розглянутих вище медійних практик можна окреслити як утілення центристської ідеології щодо

мововжитку, яка нормалізує водночас і символічний пріоритет української мови, й практичну рівність і взаємозамінність двох уживаних у країні мов. Мало того, не обговорюючи питання про сумісність двох аспектів гаданої/твореної нормальності й не представляючи різноманітності досвіду й уявлень окремих осіб і груп, медіа притлумлюють загальну значущість мовних проблем. Чільне місце вказаних практик у мовному дискурсі медій, зумовлене пануванням центристської ідеології в медійному дискурсі загалом, робить їх важливим чинником, що впливає на суспільні уявлення про мову та мововжиток. Оскільки я не вивчав сприймання медійних практик, то про їхній суспільний вплив можу тільки висловлювати припущення, які належить перевіряти в дальших дослідженнях.

На мою думку, ці практики, з одного боку, посприяли прийнятності української мови в багатьох суспільних ділянках, де на час розпаду СРСР єдиною нормальною мовою для більшості населення була російська, й водночас зробили істотний внесок у поразку радикальної націоналістичної стратегії повної делегітимації більш ніж меншинного вжитку російської мови. З другого боку, нормалізація по суті необмеженої присутності російської мови означає марнування наданої незалежністю влади й елітам нагоди стимулювати опанування й дедалі активніше вживання переважною більшістю громадян української мови та зробити її — разом із розвитком пов'язаної з нею культури — важливим ресурсом постімперської емансипації та модернізації. Це обертається консервуванням радянської й/або засвоєнням нової російської культури, а отже, помітним впливом відбитих у них ідеологій, що ставлять позаімперське буття України під сумнів, сприяючи таким чином дезорієнтації й аномії в суспільстві. Крім того, замовчування мовної проблеми перешкоджає публічній дискусії між причіниками різних способів її розв'язання, тож держава й суспільство не мають обґрунтованих пропозицій і авторитетних оцінок та й не надто усвідомлюють саму потребу якихось кроків у ділянці, проблемність якої медіа разом із владою переважно заперечують. Нарешті,

відмова від проблематизації мотивів вибору поміж двома нормальними мовами неявно делегитимує різноманітні уявлення, почуття та дії окремих осіб і груп у приватній чи публічній сфері – весь спектр висловлення й утілення мовних ідеологій, за винятком мовчазної підтримки панівних амбівалентних настанов. А це перешкоджає сприйманню мововжитку в термінах прав і закону, покликаною їх окреслювати й гарантувати. Інакше кажучи, медійний дискурс сприяє суспільній інтеграції та стабільності, але шкодить демократії.

¹ Woolard K. Language ideology: Issues and approaches // Pragmatics. – 1992. – Vol. 2. – No. 3. – P. 237.

² Ibid.

³ Woolard K. A., Schieffelin B. A. Language ideology // Annual Review of Anthropology. – 1994. – Vol. 23. – No. 1. – P. 58.

⁴ Докладніше див.: Кулик В. “Творення здорового глузду” в сучасному українському дискурсі з мовно-етнічних проблем. // Наукові записки ІПіЕНД. – Вип. 24. – С. 221–222.

⁵ Fairclough N. Language and Power. – London, New York, 1989. – P. 77.

⁶ Billig M., Sabucedo J.M. Rhetorical and Ideological Dimensions of Common Sense // The Status of Common Sense in Psychology. / Ed. by J. Siegfried. – Norwood, 1994. – P. 127.

⁷ Fairclough N. Discourse and Social Change. – Cambridge, 1992. – P. 92.

⁸ Link J. Versuch über den Normalismus: Wie Normalität produziert wird. – 2. Aufl. – Opladen, Wiesbaden, 1999. Це тлумачення може не збігатися з популярним уявленням про нормальне, яке в деяких випадках має нормативний сенс, тобто стосується не того, що є в даній ситуації звичним, а того, що має бути. Пор.: Rausing S. History, Memory and Identity in Post-Soviet Estonia: The End of a Collective Farm. – Oxford, 2004. – P. 36.

⁹ Woolard K. A., Schieffelin B. A. Language ideology. – P. 55.

¹⁰ Уявлення щодо мововжитку стосуються передусім публічної сфери, яку вважають предметом суспільного інтересу й, отже, правомірного державного регулювання. Але з огляду на зв'язок між уявленнями про вартість певної мови та її належний обсяг уживання, вартісніші мови стають для носіїв цих уявлень більш гідними вживання й у приватному житті.

¹¹ Див. наприклад: Bilaniuk L. Contested Tongues: Language Politics and Cultural Correction in Ukraine. – Ithaca, 2005. – Chap. 4; Bernsand N. Othering Surzhyk in Implicit Metalinguistic Discourse // History, Language and Society in the Borderlands of Europe: Ukraine and Belarus in Focus. / Ed. by B. Törnquist-Plewa. – Malmö, 2006. – P. 77–115.

Див., наприклад: *Gitlin T.* Prime time ideology: The hegemonic process in television entertainment // *Social Problems*. – 1979. – Vol. 26. – No. 3. – P. 251–266; *Hall S.* A world at one with itself // *The Manufacture of News: Social Problems, Deviance and the Mass Media.* / Ed. by *S. Cohen, J. Young.* – London, Beverley Hills, 1981. – P. 147–156; *Fairclough N.* *Media Discourse.* – London, 1995.

¹³ Це неявне відтворювання в медійному дискурсі національної ідентичності й поміркованих (“банальних”) націоналістичних настанов найкраще показано в праці Майкла Біліга: *Billig M.* *Banal Nationalism.* – London, 1995 (особливо розд. 5).

¹⁴ Див., наприклад: *Blommaert J., Verschueren J.* The role of language in European nationalist ideologies. // *Pragmatics.* – 1992. – Vol. 2. – No. 3. – P. 355–375.

¹⁵ Обмеження медійного вжитку нестандартних мовних різновидів має місце й у тих країнах, де медійна аудиторія ці різновиди активно вживає, як-от у випадку греко-кіпрського діалекту, що ним послуговується в усному мовленні більшість греків-кіпріотів. Див.: *Pavlou P.* Greek dialect use in the mass media in Cyprus. // *International Journal of the Sociology of Language.* – 2004. – Vol. 168. – P. 101–118.

¹⁶ Пор.: *Spitulnik D.* Radio time sharing and the negotiation of linguistic pluralism in Zambia // *Pragmatics.* – 1992. – Vol. 2. – Pt. 3. – P. 335–354.

¹⁷ Докладніше див.: *Кулик В.* Мова про мову: нормалізація амбівалентности. Ч. 1. Країни та “центр”. // *Критика.* – 2004. – Ч. 5. – С. 19–22.

¹⁸ Про цей комплекс див.: *Kulyk V.* Constructing common sense: Language and ethnicity in Ukrainian public discourse // *Ethnic and Racial Studies.* – 2006. – Vol. 29. – No. 2. – P. 287–292.

¹⁹ *Ibid.* – P. 297–304; *Кулик В.* Мова про мову.. – С. 22–24. Зміну позиції частини центристів у питанні про офіційний статус російської мови напередодні виборів 2004 року можна тлумачити як відступ від центрizmu в бік русофонної ідеології, який із певними модифікаціями зберігається й досі. Хоч як парадоксально, прибічник підвищення ролі української мови Віктор Ющенко в своєму передвиборному дискурсі з мовного питання був ближчий до “класичного” амбівалентного центрizmu, ніж прибічник збереження мовного статус-кво Віктор Янукович.

²⁰ *Billig M.* *Banal Nationalism.* – Chap. 5.

²¹ Див., наприклад: *Mc Cullagh C.* *Media Power: A Sociological Introduction.* – New York, 2002. – P. 27.

²² Див. опитування на інтернет-сайті “Телекритика”, 21.07.2005.

²³ Докладніше див.: *Bilaniuk L.* *Contested Tongues...* – Chap. 6.

²⁴ Мало того, нормалізація російської як головної мови “наших” продуктів створила передумови для російськомовності суто українських медійних продуктів, що останнім часом почали конкурувати з російськими аналогами за ринки цих двох та інших пострадянських країн.