

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ЯЗЫКОВЫХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ НА МЕДИЙНОМ РЫНКЕ БЕЛАРУСИ

В современном обществе СМИ являются одним из наиболее востребованных и развитых социальных институтов, с широкими возможностями идеологического воздействия на аудиторию. В представленной статье рассматриваются особенности функционирования средств массовой информации Беларуси с учетом их языковой политики, в том числе и с учетом динамики данного процесса. Рассматриваемый вопрос анализируется на основе социокультурной ситуации в республике и открытости информационных границ. Определяется социолингвистическое поведение аудитории современных масс-медиа. Для написания текста статьи использовались результаты социологических исследований и статистические данные.

Введение

Средства массовой информации в современном мире оказывают существенное влияние на процессы общественного развития. В связи с этим не может остаться незамеченным влияние масс-медиа на процессы возрождения или упадка национальной культуры. Механизмы участия СМИ в поддержании национальных общностей достаточно разнообразны: распространение единого языка общения нации; пропаганда общих ценностей и норм; формирование и “тиражирование” моделей поведения, что обеспечивает возможность взаимопонимания, сплоченности и интеграции представителей одной национальной общности. Все это позволяет говорить о широких возможностях СМИ в процессе формирования национального самосознания и сохранения национальной идентичности белорусов в современных условиях в рамках национального информационного пространства.

Основная часть

Культура и язык представляют огромную ценность для любого народа, через них проявляются особенности и самобытность нации. Сохранение национальной культуры приобретает особую актуальность в эпоху глобализации, когда безграничное информационное взаимодействие способствует образованию единой общемировой универсальной культуры. В такой ситуации народы со слабой национальной идентичностью становятся мишенью и растворяются в чужой для них культурной среде. Белорусская культура и язык сегодня нуждаются в возрождении и популяризации среди населения, что позволит не только сохранить богатое культурное наследие, но и содействовать формированию национального самосознания белорусского народа, консолидации нации. Язык является одним из наиболее важных признаков и условием формирования нации. Именно на основе языкового единства, по мнению многих исследователей, формируется нация. Несмотря на то, что в Республике Беларусь два государственных языка, язык титульной нации не широко распространен в массово-коммуникативных процессах, не является исключением масс-медиа пространство Беларуси. Количество русскоязычных газет, радио- и телепрограмм значительно превышает белорусские аналоги. При этом практически весь медиа-рынок находится под властью государства, и оно имеет возможность регулировать данный процесс. Безусловно, рыночные условия заставляют ориентироваться СМИ на потенциальную аудиторию, а ее предпочтение и интерес к русскому языку не является секретом. Однако пассивная роль государственных институтов (в том числе и СМИ) по возрождению национальной культуры, частью которой является и язык, может привести к серьезным потерям духовного наследия. В связи с этим представляет интерес социологический анализ средств массовой информа-

ции Беларуси и определение причин, по которым происходит их ориентация на язык производства информации. Тем более, что в языке масс-медиа можно отследить языковые тенденции, характерные для любой страны. В представленной статье анализируется язык вещания современных белорусских СМИ с учетом: во-первых, социокультурной ситуации (предпочитаемый населением язык общения); во-вторых, деятельности государственных институтов в области распространения массовой информации; в-третьих, открытости информационных границ.

Внимание к роли СМИ в процессе нациостроительства не случайно. В начале XX в. большое влияние на развитие национальной общественной мысли и формирование национального самосознания белорусов оказали периодические издания на белорусском языке ("Наша доля", "Наша Нива", "Голос провинции" и т.д.). В этих газетах поднимались вопросы всестороннего национально-культурного возрождения белорусского народа, признания самого факта его существования, именно пресса внесла существенный вклад в процесс национального возрождения [1]. Современный уровень развития СМИ с их потенциалом аудио-визуального воздействия и широчайший охват аудитории, предоставляет прекрасные возможности для воздействия на общественное мнение и массовое сознание. Современная языковая культура в Беларуси характеризуется явным преобладанием в ней русского языка во всех сферах жизни общества. Весьма стойкое нигилистическое отношение к национальному языку, которое можно наблюдать на протяжении долгих лет, выработалось в нашей стране в предшествующий исторический период, когда обязательным было знание, прежде всего русского языка, а белорусскому "родному языку" отдавалась роль второго, дополнительного языка. С учетом истории и нынешней ситуации резкий и быстрый переход на равнозначное использование русского и белорусского языков вряд ли возможен, в т.ч. в области информирования населения, т.е. деятельности СМИ. Во-первых, статистические данные сферы образовательных услуг в республике констатируют выраженную направленность русскоязычного процесса обучения на всех уровнях образовательной системы от дошкольных учреждений до высшей школы. Несмотря на то, что официально число школ с белорусским языком обучения в республике почти в два раза выше (за счет численности сельских школ), тем не менее, количество учащихся в них значительно меньше, нежели в учреждениях с русским языком обучения. Тем самым происходит процесс укоренения русского языка среди подрастающего поколения нашей страны.

В связи с этим не вызывают удивления результаты социологического исследования по вопросам деятельности республиканской и региональной прессы, проведенного с участием автора в Могилевской области. Как показал опрос, читателям не безразлично, какой

язык будет преобладать в СМИ (рис. 1) [2]. Жителям области задавался вопрос – “На каком языке Вы предпочитаете получать интересующую информацию?”, журналистам был предложен вопрос: “На каком языке должна подаваться информация для аудитории, чтобы вызвать у нее интерес?”.



Рис. 1. Мнение населения и журналистов Могилевской области о том, на каком языке аудитория предпочитает получать информацию, %

Более половины жителей области (66,8%) выбрали русский язык, 30,3% не видят принципиальной разницы, какой язык будет преобладать в СМИ. Только трое (2,9%) из каждой сотни взрослых жителей не против получать информацию на белорусском языке. Опрос журналистов также подтвердил наше предположение, что на данный момент, белорусский язык пока не может конкурировать с русским, который предпочитает большая часть населения. Получается, что журналистам необходимо знать не только то, о чем писать, рассказывать, но и на каком языке это делать, чтобы их информация заинтересовала аудиторию. Интересно и то, что более лояльно к использованию родного языка в СМИ настроены жители сельской местности, они чаще используют белорусский язык в межличностном общении, чем жители крупного города. Среди опрошенных только русскоязычными считают себя 55,5% сельчан, в то время как среди городского населения таких оказалось 80,2%.

Наблюдения показывают, что сегодня СМИ достаточно однозначно решают для себя проблему выбора языка вещания или печати. С учетом того, что основная масса жителей Беларуси является русскоязычным населением, СМИ используют в своей деятельности язык наиболее понятный и воспринимаемый подавляющей частью населения, т.е. русский. Однако необходимо учитывать то, что самые рейтинговые в стране СМИ, как электронные, так и печатные, являются государственными. А это значит, что государство должно использовать такой мощный информационно-пропагандистский механизм, с учетом целей и задач консоли-

дации нации. Анализируя роль государственных институтов в процессе популяризации белорусского языка, будет интересным проследить динамику выхода периодической прессы в Беларуси с учетом языка издания (рис. 2).



Рис. 2. Динамика выхода периодической прессы в республике на белорусском и русском языках [3]

Представленный график построен автором на основе информации статистического сборника «Друк Беларусі» за 1980 – 2008 гг. и позволяет проследить динамику развития сектора печатных СМИ в нашей стране с учетом временного фактора и языковой специфики. Можно отметить, что бурный скачок развития печатных СМИ произошел после 1990-х гг., это позволяет разделить весь представленный на графике временной интервал на два условных периода. Первый обозначим как советский – до 1991 г, а второй белорусский – с 1991 г. до сегодняшнего времени. Каждый из них имеет свои особенности, и характеризуется, прежде всего, социально-политическими условиями развития страны. Из представленных данных следует, что русскоязычные издания, в настоящее время, в значительной степени преобладают над белорусскоязычными (рис. 2). В советский период развития республики число газет, скорее всего, четко регулировалось соответствующими инстанциями. Это означает, что их количество отражало потребность в прессе, «продиктованную» государственными органами, с учетом политических целей в вопросах национального и государственного строительства, и лимит газет, издававшихся на двух основных языках, был четко ограничен. Однако после 1989 г. с учетом политико-экономических преобразований в стране и коммерческого подхода к прессе редакционная политика СМИ начала руководствоваться реальными социально-культурными условиями развития общества и сфокусировала свое внимание на завоевании русскоязычной аудитории. Поэтому неудивительно, что девяностые годы XX в. для белорусской печатной прес-

сы характеризуются бурным ростом изданий на русском языке, а не на родном для большей части населения – белорусском. Если за точку отсчета взять 1989 год и проанализировать данный сегмент прессы до 2008 года, то получается, что число газет на белорусском языке возросло за указанный период в 1,4 раза (со 131 до 179), а число русскоязычных газет увеличилось в 5,6 раз (с 89 до 504). Анализ сектора печатных средств массовой информации Беларуси за 2008 год еще раз подчеркивает, что большинство газет издается на русском языке (73,8%), доля белорусскоязычных изданий на рынке составляет 26,2%. Интересным является и то, что распространенность газет с учетом языковой специфики имеет определенные территориальные особенности (таблица 1).

Таблица 1

**Выпуск газет на белорусском и русском языках
с учетом территории распространения[3]**

Тип издания	Язык издания	1981	1983	1986	1989	1991	1993	1995
Республиканские	русский	5	5	5	5	5	58	140
	белорусский	6	6	6	7	11	33	43
Областные	русский	2	2	3	2	3	17	31
	белорусский	4	4	4	4	6	11	13
Городские	русский	4	4	4	4	5	24	43
	белорусский	10	10	10	10	17	40	48
Районные	русский	8	8	8	8	7	8	9
	белорусский	98	99	99	99	101	87	92

Тип издания	Язык издания	1997	1999	2000	2003	2005	2007	2008
Республиканские	русский	166	198	208	260	288	257	263
	белорусский	35	34	35	25	21	18	15
Областные	русский	45	32	32	34	39	28	27
	белорусский	11	17	18	15	14	14	14
Городские	русский	92	100	101	127	115	108	112
	белорусский	41	30	31	29	22	18	14
Районные	русский	8	10	11	16	11	11	13
	белорусский	92	105	105	116	116	116	118

Республиканская пресса, имеющая самый широкий охват населения, на сегодняшний день практически избегает использовать для печати своих статей национальный язык. До 1989 г. большого разрыва между периодической прессой на белорусском и русском языках практически не было, но после указанного времени русскоязычные

издания начали издаваться с феноменальной скоростью. В 2008 г. число республиканских газет, выходящих на русском языке (263), оказалось в 17,5 раза больше, чем на белорусском (15). Редакции городских и областных газет чаще используют в своих изданиях русский язык. При этом если в период советской государственности данные газеты несколько чаще выходили на белорусском языке, то в период суверенитета эта тенденция изменилась. Более заметны такие изменения на примере областной печати, где перелом наметился с 1993 г. Парадоксально, но факт, в советский период власти были больше озабочены популяризацией национального языка через СМИ среди населения, чем в настоящее время, когда его распространенность в повседневном использовании стало еще меньшей, нежели раньше. По данным статистики получается, что как ранее, так и в настоящее время, чаще статьи на белорусском языке можно прочесть в районных газетах. Хотя доля белорусско-язычных статей в некоторых из них сведена до минимума. Получается, что только на уровне районных СМИ государство практикует популяризацию национального языка среди населения. Примерно такая же картина с учетом языковой специфики, характерна и для журналов. Преобладанием русскоязычных изданий над белорусскоязычными, особенно явно прослеживается после 1990-х гг.

Рассмотрение данного вопроса будет более содержательным, если использовать статистическую информацию подписной активности населения. Представленные ниже данные отражают структуру подписки на периодическую прессу в Могилевской области. Однако можно предположить, что в целом по стране в пропорциональном отношении к различным типам изданий (от республиканских до районных) она существенным образом не отличается от Могилевской области (таблица 2)

Таблица 2

Данные индивидуальной подписки на периодическую прессу жителей Могилевской области на первое полугодие за период с 2004 по 2009 годы [4]

Тип издания	на 01.01. 2004	на 01.01. 2005	на 01.01. 2006	на 01.01. 2007	на 01.01. 2008	на 01.01. 2009
Республиканские	344 019	330 692	328 419	327 218	294 342	270 729
Областные	84 504	75 853	68 350	48 168	48 236	55 395
Районные	66 530	73 320	79 526	83 963	88 889	81 870

Данные таблицы позволяют отметить, что чаще население подписывается на республиканские газеты, издаваемые в большинстве своем на русском языке. А вот районные газеты не так часто привлекают читателей, хотя именно они (частично либо полностью) содержат статьи, излагаемые на белорусском языке. По данным на первое полугодие 2009 г., соотношение выписываемых республикан-

ских и районных газет на индивидуально уровне в Могилевской области составляет пропорцию 3,3:1 (270 729:81 870).

Еще одним немаловажным аспектом, накладывающим отпечаток на языковую культуру вещания в республике, является внешняя открытость медиа пространства Беларуси. Обычным явлением в период глобализации и мирового сотрудничества стало отсутствие информационных границ между странами. Данный процесс характерен и для нашей республики. Особенностью Беларуси является широкая представленность в структуре как печатных, так и электронных СМИ “российского” медиа-продукта. Более того, основные государственные телеканалы страны используют в сетке своего вещания большую долю рейтинговых телепрограмм и проектов, созданных российскими телекомпаниями. Кроме того, транслируют даже собственные программы, а также художественные фильмы преимущественно на русском языке. Русский язык преобладает и в радиоэфире. Печатная пресса – как республиканская, так и зарубежная, в частности российская и украинская, выходящая на русском языке, достаточно свободно распространяется на территории нашей страны. Подтверждением открытости данного сегмента для зарубежных газет может служить информация подписных каталогов РУП “Белпочта”. Жители страны имеют возможность подписаться на 505 белорусских газет и 553 журнала, издающихся преимущественно на русском языке [5]. Кроме того, потенциальным подписчикам предлагается каталог с русскоязычными российскими и украинскими изданиями, в котором представлено 433 российских и 27 украинских газеты, и более 6000 российских и около 100 украинских журналов [6], т.е. потенциально жители нашей страны имеют гораздо больше возможности выписать русскоязычную прессу, нежели белорусскоязычное издание.

Заключение

Все вышесказанное показывает неравномерность в предпочтении и использовании языковых средств выражения в информационном поле Беларуси, что только подчеркивает важность решения данного вопроса. Необходимо приложить больше усилий, в том числе и с использованием ресурсов СМИ для популяризации и пропаганды культурного наследия и родного языка белорусов. На сегодняшний день у государства имеется ряд возможностей для этого, в том числе и преобладание доли государственных масс-медиа в информационном пространстве. При этом использовать СМИ для реализации программы популяризации и пропаганды культурного наследия необходимо в два этапа: 1) формирование представлений о богатстве и самобытности белорусской культуры и поднятие престижности использования языка. Все это реализуется через теле- радиoprogramмы и статьи о белорусской культуре, о природе Беларуси. На телевидении подготовлены проекты

“Земля белорусская”, “Песни маей краіны”, “Путешествие дилетанта”, музыкальные вечера в Мирском замке и др.; 2) широкая пропаганда культурных знаний на массовую аудиторию, в том числе и более широкое использование белорусского языка в процесс функционирования СМИ.

Однако для более эффективного результата в процессе формирования национального самосознания необходимы более оперативные и качественные меры: более активное использование национального языка в деятельности СМИ; распространение большего количества информации об истории, культуре, традициях белорусского народа, в том числе и на русском языке; разработка специальных детских программ и рубрик с учетом возрастной специфики потребителей информации; привлечение аудитории к проблеме путем организации конкурсов, викторин и т.д. Сохранение и пропаганда национальной культуры через средства массовой информации возможна через интеграцию и взаимодействие как печатных, так и электронных масс-медиа республики на всех уровнях от республиканских до районных СМИ. Важным является также то, что не только СМИ должны принять активную роль в этом процессе. Необходимо привлекать к этой работе и другие социальные институты, которые оказывают существенное влияние на процесс социализации личности; в том числе формирование национальной личности. Среди них особо можно выделить такие, как семья, образование, культуру и только скоординированная и совместная деятельность будет способствовать успешному формированию личности с развитым чувством национального самосознания.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Смятаннікаў, В.С.* Беларусазнаўства / В.С. Смятаннікаў. – Мн., 1998. – 68 с.
2. Влияние средств массовой информации на формирование духовно-нравственной и политической культуры белорусского общества / Могилевский институт региональных социально-политических исследований; рук. темы Н.Е. Лихачев, отв. исполнитель А.В. Павлова. – Могилев, 2009. – 77 с. – № 2009 0358 от 12.03.2009 г.
3. Друк Беларусі: Статыстычны зборнік. – Мінск, за 1980 – 2007 гг.
4. Статистические данные Могилевского отделения РУП “Белпочта”.
5. Каталог 2009. Издания Республики Беларусь. Издания Российской Федерации, распространяемые по прямым договорам. Справочное издание / отв. за выпуск М.Н. Воробьева. – Минск, 2009. – 352 с.
6. Каталог 2009. Издания Российской Федерации. Издания Украины. Первое полугодие. Справочное издание / отв. за выпуск М.Н. Воробьева. – Минск, 2009. – 832 с.

Поступила в редакцию 04.01.2010 г.