



Сергій СЕРБІН
кандидат економічних наук,
доцент кафедри телебачення і радіомовлення
Інституту журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

УДК 621. 032. 26

ІДЕНТИФІКАЦІЯ В КУЛЬТУРІ РАДІОМОВЛЕННЯ

Стаття спрямована на вивчення впливу різних форм ідентифікації, що використовуються на радіо за період двох останніх генерацій розвитку поп-культури. Вплив ідентифікації на радіо визначається жанровими потребами інформаційного мовлення, а також когнітивними мутаціями сучасної поп-культури в напрямку самоідентифікації.

Ключові слова: ідентифікація на радіо, самоідентифікація, афордизм, ідентифікаційна

Поява нової інформаційної цифрової технології за останнє десятиліття різко змінює культуру ідентифікаційного ландшафту вітчизняного радіомовлення. Окрім короткого сплеску активного застосування ідентифікаційних можливостей цифрових технологій під час громадського протистояння на Євромайдані, стратегічний розвиток інформаційного радіомовлення України вимагає змін у визначенні голосу таланту та презентації учасників програм і слухачів. Зміни в культурі ідентифікації на радіо виявляються щодо визначення належності голосу, презентації таланту і методу аналізу певних подій в радіопрограмах шляхом:

- застосування цифрової техніки для визначення особи промовця за допомогою детекторів природного звучання голосу таланту;
- заміни укоріненої в Україні традиції інституційного представлення учасників програм на нові спроби власної їх самоідентифікації;
- запровадження когнітивного аналізу радіомовлення за допомогою ідентифікаційних матриць.

Поняття “ідентифікація” (від лат. *identifico* – ототожнення) використовується у філософії, криміналістиці, техніці, інформаційній безпеці, психології, хімії, судово-медичній експертизі. У радіомовленні цей термін тлумачиться з урахуванням встановлення голосової різниці та особливостей презентації таланту в ефірі. Ідентифікація на радіо трактується як: пошук відповідності голосового звучання природного потенціалу таланту з технічними можливостями записувального обладнання, рівнем трансляції в ефірі та якістю прийняття сигналу на фіксованих частотах приймача; прирівнювання та уподібнення невідомої особи до чинних професійних стандартів звучання (включно з імітацією, пародією та копіюванням); розпізнавання адекватності невизначеного таланту на підставі збігу ознак за тембром, інтонацією, темпом подачі інформації з відомою особою; впізнавання мовця за його ораторськими здібностями,

звуковими особливостями голосу, дефектами дикції; порівняння авторського відгуку на програму з імовірною реакцією “ідеального слухача” й експертними (зовнішніми) оцінками фахівців відповідно до їх освітньої кваліфікації, професійних навиків, набутих здібностей.

З початком упровадження в Україні цифрового радіомовлення розробляються ефективні методи взаємодії людина-радіо, наприклад: регулятори гучності, перемикачі каналів, вікно дисплею, антена та ін. У сучасних цифрових радіоприймачах налаштування прирівнюються до комп'ютерних систем автоматичного налаштування і може проводитись в домашніх умовах. Державний медіарегулятор повинен потурбуватись про те, щоби виробник направив у торговельну мережу через дистриб'юторів саме такі цифрові радіоприймачі, в яких передбачається не лише мультикомплекс DVB-T2, але й плата голосового детектора з рухомою стрічкою анонсування речника у вікні дисплея.

Зростання інтересу до проблеми ідентифікації за голосом обумовлене перевагами новітніх медіа у встановленні авторських прав на інформаційний продукт за відрізком звукової хвилі: голос неможливо «вкрасти», а в процесі ідентифікації не потрібний безпосередній контакт із детекторною системою. В Україні швидко розвиваються дослідження з обробки звучання голосу, що ґрунтуються на тому, що інформація про талант, стан, наміри може бути з'ясована із голосових уривків постійних учасників інформаційних програм. Детекторні пристрої цифрового радіо відповідно реагують, наприклад, аналізуючи дихання, тембр, інтонацію, темп чи вимову конкретної особи за фрагментами її промов, занесеними в базу пам'яті мультикомплексу.

За минулі п'ять років вітчизняні науковці сконцентрували багато уваги на вирішенні проблеми розпізнавання голосу. У світовій науці період дослідження цієї проблеми перевищив уже третину століття. На сьогодні такі вчені як Dr. John H.L.Hansen (Duke University), Professor John G. Proakis (University of California), Harry Hollien (Florida University), Associate Professor Zhang Sh.-X, (University of California, Los Angeles), Dr. John R. (Jack) Deller, Jr. (Michigan State University), Dr. Phil Rose (Australian National University, Canberra), Dr. Man-Wai Mak (Hong Kong Polytechnic University) створили десятки систем ідентифікації за голосом, що мають різні параметри і вимоги до цього процесу залежно від конкретних завдань. В Україні професор Т. Вінцюок (Інститут кібернетики ім. В.Глушкова НАН України, Київ, Україна) розробив ряд закінчених програмних продуктів, які вже застосовуються в програмно-апаратній системі текстонезалежної ідентифікації промовця, автоматизованій системі ідентифікації осіб за фонограмами української мови. О. Дунаєв та І. Фіпер (TranscribeMe), в межах свого дисертаційного дослідження, створили українську версію перетворення звуків у текст. Багато дослідницьких демонстрацій і комерційних додатків до цифрових користувачів мобільного зв'язку та iPad було розроблено зусиллями науковців у сфері радіомовлення на чолі з академіком Ю. Кривоносом (Інститут кібернетики ім. В. Глушкова НАН України). Колектив розробив пристрій комп'ютерного озвучення текстів українською мовою на основі конкатенативного сегментивного синтезу. Під керівництвом академіка О. Палагіна (Інститут кібернетики ім. В.Глушкова НАН України) було створено інформаційну систему для обробки природно-мовних об'єктів. На жаль, сьогодні дослідницькі роботи з ідентифікації голосу відзначаються надмірною ускладненістю, незручністю у використанні на радіо та високою вартістю. На радіо вони застосовуються як вибіркові засоби перевірки високого ступеня надійності систем ідентифікації. Тому сьогодні тривають роботи з удосконалення алгоритмів обробки звукових сигналів, що транслюються по радіо, з метою створення механізмів автоматичного пізнання людини за голосом.

Радіо взяло на себе посередницьку функцію з ідентифікації учасників подій і

зберігає її в інтерактивному спілкуванні зі слухачем та державними регуляторами медіа. Посередницькі функції радіомовлення в українському суспільстві досліджували такі науковці журналістського фаху, як В. Лизанчук, В. Миронченко, Т. Приступенко, В. Різун та ін. Ідентифікація в радіомовленні вимагає багатосторонніх досліджень учених із позицій журналістики, а також оцінки висококваліфікованих експертів. Однак у цій статті розглядаються головні зміни в формах ідентифікації на радіо, що розпочалися значно раніше і сформувались під впливом епістемології двох останніх генерацій поп-культури.

Перше покоління когнітивних мутацій поп-культури пов'язане із початком застосування телеграфу та фотографії і завершилося електромагнітною версією подачі радіосигналу, за допомогою якого зчитуються або записуються дані, що зберігаються в радіочастотній ідентифікації. Це відбувалося тому, що слухачі, як і раніше, мали змогу вибрати між трьома частотами аналогового ефірного простору (довгих, середніх і коротких хвиль), що зберігається радіочастотною ідентифікацією радіомовлення XXI ст. Перший крок ідентифікації на радіо полягає в обробці голосу: знаходження відрізка звучання, де присутні тембр, інтонація, темп і вимова особи. Проте виявлення особливостей голосу з єдиного фрагмента промови – завдання, яке потребує вирішення в умовах мінливості цих характеристик. Емотивність мовлення, умови запису чи прямої трансляції також впливають на точність ідентифікації.

Процедура ідентифікації голосу класифікується за допомогою звукової хвилі за кодovими значеннями простих ознак сигналу. Найчастіше кодуванню підлягає спеціалізований проблемний голосовий уривок, що важливо при використанні обмеженої кількості вихідних даних. Основними труднощами для відтворення сигналу, пов'язаного з ідентифікацією голосу, можна назвати такі:

Емоції. Звучання голосу змінюється залежно від настрою, тому деякі голосові особливості (дихання, тембр, темп, інтонація, вимова) можуть частково або цілком стати на заваді.

Присутність або відсутність структурних компонентів, серед яких діє велика кількість факторів, що впливають на зміну дихання, тембру, темпу, інтонації, вимови. Наприклад, голосові особливості можуть залежати від того, чи є у мовця зубні протези, простудні захворювання, а також від наявності між мовцем і регістратором голосу частково прихованих інших об'єктів, що створюють звукове тло (звуки транспорту, технологічних пристроїв, годинника, телефону, групи людей, та ін.).

Умови відтворення голосового звучання. Голосове звучання видозмінюється відповідно до обертання осі мікрофона, стану акустики на місці запису чи відтворення сигналу. На якість голосового уривка впливають рівень запису, наявність відлуння, невідповідність записувального пристрою і приймача (аналоговий, цифровий, інтернет-радіо).

Вирішення проблеми ідентифікації голосу на радіо здійснюється за допомогою так званих нейронних мережевих матриць. Перевагою використання нейронних мереж для розпізнавання голосу є їх здатність реагувати на зміну еластичності і в'язкості зразків голосу. Метод формування нейронної мережі дозволяє одержати на вході набір ознак звучання голосу відповідних частот звукової хвилі і виробляє вихідне значення в межах від 0 до 1, яке заноситься в матрицю. Кількісне значення (близьке до 1) характеризує відповідність голосового зразка на вході з представленим на виході нейронної мережі після його обробки на ототожнення із голосом, що звучить на радіо, або іншим неідентифікованим зразком голосу (близьким за кількісним значенням до 0). Щоб ідентифікувати голос протягом трансляції інформаційного продукту, нейронну мережу застосовують на всіх ділянках радіопрограми. Для ідентифікації голосу на збільшених частотах в умовах можливої дисторції запису чи трансляції мережа дозволяє обробляти

вхідний уривок в кожному з масштабів, що циклічно зменшується за допомогою еквалайзерів. Після проведеної таким чином нормалізації розподіл голосових уривків стає більш компактним і стандартизованим, що спрощує подальшу класифікацію аудіофайлів.

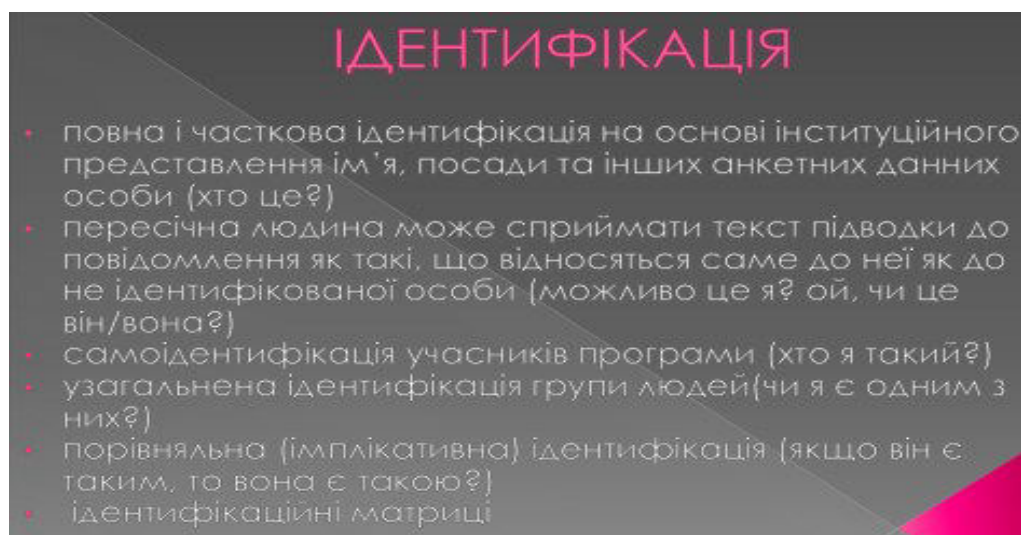
Ідентифікація голосу – це складна, багаторівнева аудіопроблема із впровадження детекторної схеми розпізнавання звукових сигналів, яка ґрунтується на системному підході теорії інформації з метою кодування вибіркової бази уривків таланту до такої групи голосових фрагментів, які найкраще ототожнюватимуть або розрізнятимуть їх. Системний підхід перетворює звучання голосового фрагменту в малий набір характерних даних, які є головними компонентами порівняльного набору уривків. Така схема функціонує за методом головних компонентів, що є одним із найефективніших. Для ідентифікації кожного голосу використовується програмне забезпечення комп'ютерних систем обчислення головних компонентів. Звичайно береться від 5 до 200 головних компонентів голосового уривка, включно з оцінками: мовленнєвого апарату, артикуляції, темпераменту, інтелекту, інтонації, ритміки, гучності, синтагми (інтенсивності, мелодії чи руху основного тону, системи наголосів); часових характеристик (тривалості сегментів, пауз, темпу, дихання); ритмічної картини фрази, зв'язку з лексичним і синтаксичним контекстом досліджуваної фрази, фонетичного змісту мовлення, висоти голосу. Решта компонентів кодує дрібні відмінності між голосом й інтершумами, які відсікаються спектральною картиною мовленнєвого потоку.

Процес ідентифікації голосу полягає в порівнянні головних компонентів невідомого голосу з компонентами решти аудіозаписів. Цей метод також застосовується для ідентифікації голосу на записаному аудіофайлі. Для вибору головних компонентів ідентифікації голосу надаються кількісні значення близькі до одиниці, а додаткові компоненти – прирівнюються до нуля. Дані заносяться в ідентифікаційну матрицю, що становить собою таблицю, по горизонталі якої представленні критерії еталонних уривків (за кожним вибраним компонентом), а по горизонталі – реальні фрагменти голосу кожного таланту. Такий підхід дозволяє встановити наявність у програмі вхідного звучання голосу. Для цього в програмі перевіряється величина помилки відтворення голосу: чим більша помилка, тим більша ймовірність, що ідентифікація голосу встановлена неправильно. На помилку ідентифікації голосу впливає зміна напрямку подачі звукового сигналу на записувальний пристрій. Наступає момент, коли метод ідентифікації голосу починає більше реагувати на напрямок подачі звуку, ніж на міжкомпонентні відмінності голосу. При зміні напрямку і кута подачі голосу на записувальний пристрій застосовується метод відповідності функціональних залежностей, за якими, за допомогою графічного і спектрального аналізу звукової хвилі, можна провести розпізнавання голосу.

Основні переваги застосування аналізу головних компонентів – зберігання і пошук голосових уривків у великих базах даних, реконструкція аудіофайлів і подача інформації про ідентифіковані таланти в рухомій стрічці цифрового радіоприймача. Основний недолік – високі вимоги до умов запису уривків. Аудіофайли мають відповідати умовам, у яких здійснюється якісна попередня обробка, що приводить звучання голосу до стандартних умов (частота хвилі, рівень запису, напрям подачі звукового сигналу, відсікання шумів). Суттєвих змін при публікації ідентифікації та самоідентифікації талантів зазнало інформаційне мовлення після вторгнення на радіо компонентів сучасної поп-культури, що проявляється в різних формах (Див. рис. 1).

Інституційна ідентифікація в радіомовленні становить наратив третьої особи під час публічної презентації таланту за рисами й ознаками його ідентичності у формі вступу (старт-апу), заголовка (хедлайну), підводки, стенд-апу, зв'язку з уривками, анонсів чи завершення (енд-апу) інформаційної програми. Інституційна ідентифікація кожного

учасника програми дозволяє слухачеві впізнавати їх за емотивністю мовлення (тембром, інтонацією, темпом), а також за допомогою нарацій, радіоанонсів, підводок, стенд-апів ведучого, рухомого рядка цифрового радіо. В традиційній схемі інституційної ідентифікації цю місію беруть на себе журналісти, репортери, коментатори, кореспонденти, оглядачі. Коли ідентифікований слухач (або група) висловлює своє



ставлення до озвученого узагальнення (поділяє або не поділяє, виявляє байдужість порівняно з власними переконаннями), то в інформаційну програму можна включати в якості додаткового структурного компонента: коментар, опитування “vox-pop”, або публікацію результатів спільного фонду думок “pool” із застосуванням елементу самоідентифікації.

Рис.1. Види ідентифікації

Усі результати ідентифікації голосу на радіо аналізують фахівці. За результатами моніторингу радіопрограм вони представляють відповідні висновки, які заносять у так звану “ідентифікаційну експертизу”. В ній вказуються зауваги щодо дотримання вимог з ідентифікації талантів, відображення композиції, структури, стилю та жанру інформаційного продукту. Ідентифікаційну експертизу застосовують також при необхідності встановити відповідність претендента статутним вимогам радіокомпанії при працевлаштуванні, а також виявити адекватність дій журналіста при досудовому розслідуванні і судовому слідстві справи за звинуваченням його в дифамації.

Голос журналіста стає власністю радіокомпанії і будь-яке його використання в інших організаціях чи благодійних проєктах можливе лише при погодженні з працевлаштувачем. При працевлаштуванні в радіокомпанію (перед проведенням заключного інтерв'ю) журналістові пропонують пройти ідентифікаційний тест у незалежній установі або представити документи офіційно визнаних кваліфікацій. Відповідно до визначених посадовою інструкцією службових обов'язків працівника формується цільове призначення ідентифікаційного тесту (щодо знання мови, ораторської майстерності, вміння швидко реагувати в нестандартних ситуаціях, написання повідомлень, перекладу й інтерпретації промов, відповідного тембру голосу і т. ін.). Так, при виборі ведучого за ознакою тембру комісії із працевлаштування західні радіокомпанії користуються кількісними критеріями, сформульованими в класифікації, яку запропонував французький теоретик Е. Легуве ще на початку XIX ст. Його ідентифікація талантів за тембром передбачає поділ голосів на три різновиди із застосуванням верхніх, середніх і нижніх регістрів голосу з метою посилення, послаблення і різноманітної зміни його звучання, застосовуючи рухомі клапани, діафрагму або заслінки при спрямуванні потоків повітря з видихом або вдихом. Частота і глибина дихання регулюється дихальним центром із задіянням відповідних м'язів легеневої вентиляції, бронхів і центральної нервової системи. Аналіз дихання у кожного з талантів дозволяє розподілити їх на два основних види:

- ті, хто користується прямим, коротким диханням (спрямування потоків повітря з швидким вдихом і видихом через рот, використовуючи м'язові реєстри шиї, що призводить до надривного звучання голосу і появи шумових перешкод повітряних потоків, спрямованих на мікрофон під час запису аудіофайлів чи мовлення у прямому ефірі);

- ті, хто користується глибоким, або діафрагмальним диханням (спрямування потоків повітря з вдихом через ніс і повільним видихом при озвученні тексту із застосуванням міжреберних м'язів, діафрагми, бронхів, що призводить до відсікання шумів на мікрофон, пов'язаних із вдихом повітря).

Порівняння еталонного уривка з реальним фрагментом (включно із трансляцією запису) не повинно бути стерильним (тобто з видаленням із звукового ряду моментів, пов'язаних із диханням). При монтажі аудіофайлів стерилізація дихання не допускається. Компонент вибору правильного дихання уможливорює радіожурналістові створення такого інструменту, який дозволить ідентифікувати його в широкому загальному ідентифікаційних експертиз. Таку експертизу використовують також для формування фахового переліку талантів радіокомпанії. Це провідні експерти, яких постійно запрошують для коментарів у їх фахових галузях (із визначеними для кожного експертними оцінками, що диференціюються за шкалою від – 1 до + 1).

Оцінка ефективності роботи експертів в інформаційних програмах може визначатися методом матричної ідентифікації із застосуванням моделей А. Маркова, С. Московічі, З. Фрейда, К. Юнга та ін. [2, с. 138]. С. Московічі розглядає "ідентифікаційну матрицю" в якості методу відображення того, як вписується нова інформація в когнітивну структуру кожного індивіда залежно від того, з до якої групи людей він вважає себе причетним за сукупністю знань ("уявлені", "репрезентації"). До ідентифікаційних матриць на радіо відносяться таблиці з максимальними кількісними значеннями: від одиниці по головній діагоналі (що відображає еталон, дотримання статутних вимог редакції або інших цінностей) до близьких до нуля в інших її частинах, в яких акумулюється зовнішня оцінка та самовизначення талантів щодо подій залежно від зафіксованих характеристик ідентичності.

Застосування сучасної цифрової техніки і математичного програмування

ідентифікаційних матриць пришвидшує кількісне обґрунтування у прийнятті редакційних рішень. Якщо сценарним планом програми передбачається політична дискусія між представниками крайніх лівих і правих сил, то редакція повинна бути готовою на швидку реакцію в невизначених ситуаціях, а неправильна ідентифікація учасників подій межує з дифамацією [3]. Відсутність кримінальної відповідальності в українських журналістів за обман, наклеп і поширення слухів перетворило дифамацію в частину культурної ідентичності працівників ряду заангажованих радіокомпаній.

Кінцева ідентифікаційна матриця, якій С. Московічі дав назву “фігуративна схема” репрезентації, формується поступово, шляхом екзогенного накладання матричних даних різних періодів і програм. Вона дозволяє акумулювати зміни, що відбуваються в характері таланту чи журналіста, і відображає суттєву переоцінку подій у простій і легкодоступній для розуміння матричній структурі їх взаємозв'язків. Конструювання ідентифікаційної матриці є візуальною таблицею, яка зручна у використанні і може служити своєрідною підпорою для перетворення невизначеного середовища у сприйнятті нового, незрозумілого матеріалу у більш визначене.

Повільно, але неухильно культура, базована на видавничій справі, була залишена у минулому столітті завдяки поширенню інфотейменту на радіо і телебаченні. Таким чином, структурна композиція викладу новин на радіо почала відокремлюватись від стилю і жанрів газетних повідомлень у напрямку спрощення текстів за принципом “перевернутої піраміди”. Суттєве значення в цьому процесі належало вимогам щодо пріоритетності ідентифікації талантів при анонсуванні цитат і голосових уривків у повних повідомленнях. Якщо в газетному повідомленні застосування післяцитатної ідентифікації таланту дозволяє читачеві за необхідності перечитати текст, то на радіо слухач не може “перемотати” в пам'яті те, що було попередньо сказане журналістом від моменту прикінцевої ідентифікації автора цитати (“back announcement”) до її невизначеного початку.

Посилувати труднощі у сприйнятті повідомлення інформаційного радіо можуть надмірна емотивність мовлення та розважно-новелістичний стиль. Нещодавньою ілюстрацією застосування розважно-новелістичного стилю радіомовлення стали політичні дебати за круглими столами з урегулювання політичної кризи в Україні. Метод матричних ідентифікацій дозволив виявити ознаки інформаційної війни російських та українських компаній у вітчизняному медіапросторі із застосуванням спортивної термінології. Ефективність учасників переговорів вимірювалась метафорами, взятими із кінських перегонів (*занадто близько до удару гонга*), боксу (*нокаутний удар*), ігрових видів спорту (*комбінації в шахах і городках*). Також почали застосовуватись мовні звороти образотворчого характеру, що поширились у всіх жанрах радіожурналізму під час російської інтервенції в Криму: *театр бойових дій, закулісні перемовини, поради суфлера, блукаючі актори* та ін. Приховування ідентифікації силових структур, причетних до розгону мирних демонстрацій, призвело до несприйняття суспільством позиції уряду з наведення порядку в країні і відкрило шлях до застосування ідентициду. Пост-майданівський ідентицит, як форма знищення людей за певними ознаками відповідної ідентифікації індивіда, зумовив приховування і маскуванню учасників протистояння. Ідентицит став причиною початку відвертої російської інтервенції в Крим та південно-східну частину України. За прихованою ідентичністю учасників протистояння відбувалося розкручування нового витка інформаційної війни, закриття каналів мовлення, захоплення радіотрансляційних веж та зміна керівництва в теле- і радіомовленні. Основні форми ідентициду виявилися в забороні політичних партій, громадських об'єднань, “полюванні” на україномовних людей і “зелених чоловічків”. Практична організація і проведення ідентициду базується на методологічних засадах фенотипології

[12, с. 151]. У радіопрограмах провідних каналів неоднаково ідентифікувались учасники протестів на Євромайдані і представники правоохоронних органів. Риторика заангажованих радіостанцій щодо ідентифікації учасників мирних протестів на Євромайдані поступово змінювалась від ототожнення їх із *радикалами, екстремістами, бойовиками, терористами* до застосування толерантних визначень: *активісти, протестувальники, демонстранти, борці за гідність*. З обох боків конфлікту повний камуфляж учасників протистояння не тільки призводив до приховування їх зовнішності, а й створював труднощі в ідентифікації осіб, які вчиняли правопорушення.

Новини стали інформаційним продуктом власного виробництва радіостанцій, пропозиція якого значно перевищила попит. Потреба в прискоренні виробництва інформаційного продукту вимагає його гнучкості та привабливості. Подача вітчизняних новин здійснюється за сімома критеріями інфотейменту, визначеними компанією Central European Media Enterprise: скандали, сенсації, страх, секс, смерть, сміх та гроші. Місцеві радіовипуски новин стали провісниками формування медіаринку в інформаційному мовленні за відомим гаслом: “Якщо в новинах є кров, то вони стають провідними”.

На жаль, і сьогодні збереглися патогенні якості радіомовлення, які продовжують концентрувати сенситивну інформацію навколо надзвичайних новин та кримінальної хроніки. У репортажах значну увагу звертають на висвітлення катастроф, заворушень, вбивств та ін. (Існує спеціальна рубрика “Чорна хроніка”). Такий “негативізм” діє на підсвідомість слухачів, може викликати відторгнення від інформації або відповідну негативну реакцію у формі сарказму та лайливих слів у коментарях. Інформаційне забезпечення таких програм формувалося на основі встановлення тісних зав’язків редакцій радіо з прес-службами правоохоронних органів та медичних установ, які в своїх прес-релізах часто порушували вимоги прямої і завуальованої ідентифікації осіб, причетних до досудового і судового слідства. В умовах ейфорії перемог на Євромайдані журналістська етика в ідентифікації осіб почала проходити з порушеннями чинного законодавства (ідентифікувати почали навіть неповнолітніх дітей). Траплялись випадки, що у випуск новин включали інформацію, яку ніхто не обговорював або яка базувалась на чутках. В умовах відсутності легального доступу до публічної інформації від представників влади і олігархії, прагнення журналістів встановити істину будь-якими методами, призводить до появи конфліктних ситуацій між захищеними імунітетом урядовцями й авторами інформаційних програм, які іноді закінчуються застосуванням до них фізичної сили.

Аналізуючи стилістику інформаційного мовлення, відомий англійський письменник Д. Оруел у книзі “Політика і англійська мова” (1946 р.) стверджував, що ганебність у політиці і мовна неохайність нерозривно пов’язані. Він створив каталог ошуканств і збочень у застосуванні форм ідентифікації [6]. Ньюсрайтери того часу були певними, що, застосовуючи новелістичний стиль написання новин із використанням тропів, зможуть поліпшити сприйняття інформації та утримувати увагу слухачів. Але такий підхід призвів до появи в інформаційних програмах затяжних частин із надмірними урочистістю і пафосом.

Сучасна вітчизняна радіожурналістика продовжує надавати переваги новелістиці в інформаційному мовленні. На радіостанції “Запоріжжя” в новинних випусках використовують мовностилістичні засоби: Цей документ – *своєрідна дорожня карта*, в ньому визначені *шляхи подолання проблем заповідника* і передбачена розробка й виконання багатьох *корисних для заповідника програм*; наостанок гостям запропонували самим переглянути *найкращу підбірку аніме з дотепним українським перекладом*; *Архітектори уособлюють душу народу* та ін.

Важливою ознакою другого покоління когнітивних мутацій у культурі

радіомовлення стала самоідентифікація не лише журналістів, а й усіх учасників інформаційно-аналітичної програми. Самоідентифікація в радіомовленні – це публікація заяви про самовизначення й самоусвідомлення особистої діяльності і самоаналізу ідентичності індивіда, яка рефлексується з фактами його персональної біографії, освітніх кваліфікацій, професійного досвіду чи світогляду, що дозволяють перенести «ідеального слухача» програми із невизначеного середовища у цілком визначене сприйняття уяви про власне «Я» в образі таланту. Різниця в культурі ідентифікації та самоідентифікації почала формуватися у IV тисячолітті до нашої ери, як складова дискусії між прихильниками філософських учень Платона й Аристотеля, в результаті якої сформувались різні парадигми пізнання особистості: гносеологія та епістемологія [1, с. 75-90]. Базуючись на філософії об'єктивного ідеалізму Платона, в культурі слов'янських народів сформувалась і розвинулась інституційна форма ідентифікації таланту від третьої особи за відповідними критеріями (професійними, освітніми, гендерними, віковими, зовнішніми, тілесними, расовими, релігійними і т. д.). У західній культурі перевагу отримали аристотельці, використовуючи різні форми самоідентифікації, яка базується на особливостях голосового звучання і персональному визнанні себе як індивіда з наданням публічної відповіді на питання про ставлення особистості до себе. В композиції радіопрограм підвищеної складності, сценарних планах виробництва інтегральних репортажів і ланцюгових інтерв'ю інституційна ідентифікація талантів втрачає свою природну доцільність. Журналіст змінює своє місце та роль у трикутнику рефлексії. Він виводиться з ідентифікаційного процесу анонсування невпізаного слухачем багатократного різноголосого втручання самоідентифікованих талантів, які самостійно визначаються щодо висловлених думок.

У випадках, коли журналіст запрошує до обговорення теми програми талантів зі співзвучними голосами або менеджери компанії приймають рішення про ретрансляцію на радіо телевізійного шоу, то радіомовлення втрачає свої посередницькі функції з ідентифікації учасників програми, і повторне звучання такої програми стає можливим лише після редакційного втручання. Будь-які затримки редакційного втручання в інституційну ідентифікацію учасників інформаційно-аналітичних програм в англо-американській радіожурналістиці майже тридцять років називають «грою в схованки» з використанням терміна “peek-a-boo world” [4, с. 77]. За цей час форми впливу такої гри на поп-культуру радіомовлення розширились за допомогою впровадження самоідентифікації талантів і авторів програм.

Специфіка самоідентифікації на телебаченні, порівняно з радіо, полягає в тому, що у відеоряд можуть бути внесені елементи ідентифікації за допомогою зміни картинки або субтитрів до відповідного синхрону. Аудіоряд на радіо дає можливість відрізнити голосовий уривок за допомогою самоідентифікації мовця або втручання журналіста з інституційною ідентифікацією. Суттєву допомогу можуть надати інтершуми та звукові ефекти, що дозволяють підняти рівень реальності інформації про подію, особливо під час трансляції репортажів з місця ідентифікованої події. Наприклад, не потрібно повторно ідентифікувати звуки вокзалу, аеропорту, транспортних засобів (метро, тролейбуса), вітання в публічних установах (суді, банку, школі), записи автовідповідача, дзвінка в театрі, повідомлення селекторного зв'язку і т. д.

У культурі вітчизняного радіомовлення самоідентифікація талантів зазнала суттєвого опору і розглядалась у якості фактора нанесення побічного ушкодження інформаційного продукту. Радіо продемонструвало дивовижну стійкість до інституційного способу ідентифікації. В радянські і пострадянські часи радіо, зберігаючи свій авторитарний статус у суспільстві, прискорювало руйнування самоідентифікації завдяки домінуванню пропаганди і відсутності можливостей оприлюднювати

плюралістичні думки. Процеси демократизації вітчизняного радіо, що почалися в середині першої декади другого тисячоліття, призвели до поширення прозахідних форматів мовлення: круглого столу, пінг-понгової та ланцюгової схем інтерв'ювання, виробництва таких трудомістких інформаційних продуктів, як документар, інтегральний репортаж та поєднання органічного репортажу із фейс-ап рекламою. Радіо намагалося отримати пересічний ефект завдяки своїй здатності контролювати дискурс за можливостями, що існують у рефлекторних системах інформаційного мовлення.

Визначальною ознакою другого покоління когнітивних мутацій у радіомовленні стала віра в постмодерністську версію “ідеального слухача” [7, с. 598]. Пристосовуючи Аристотелеву логіку до формальної системи постмодернізму, американський теоретик-прагматист Д. Дьюї вказав на існування такої категорії, як “електронна уява”. За її допомогою можна трансформувати контрольовану або спрямовану ситуацію в невизначену шляхом екстраполяційного тлумачення елементів первісної ситуації. Пізнання людського потенціалу дозволяє отримати уявлення про сучасне життя за допомогою інтроспекції. В інформаційному мовленні цього можна досягти шляхом заміни авторських підводок на риторику загальноосвітніх положень про існуючі “уявлення або точки зору” без власних коментарів і рекомендацій щодо сприйняття інформації, даючи можливість слухачеві самому оцінити її. Д. Дьюї вважав, що загальноприйняті твердження можуть бути помилковими і “правду” слід сприймати не тільки з точки зору “задоволеності”, а й “гарантованої здатності” до власних переконань [8].

Застосування епістемології дозволило професору А. Хомському (Массачусетський технологічний інститут) у 1965 р. сформулювати лінгвістичну теорію, базовану на понятті “ідеальний промовець-слухач”, яка віднайшла своє практичне застосування в сучасній поп-культурі радіомовлення [11]. Ідентифікація слухача як “ідеального” дозволяє охарактеризувати його за наявністю здібностей: розуміння того, що він прослухав, не пропускаючи нічого; точного відтворення і переказу почутого; здатності швидко реагувати та давати відгуки; запам'ятовувати основні точки зору, висловлені у програмі; бути налаштованим на поширення і пошук додаткової інформації за інтерфейсом користувача.

Реакція слухача на ідентифікацію програми і її талантів стає визначальним елементом рефлекторної моделі радіомовлення. Радіослухач реагує на моральні дилеми повідомлення лише після того, як воно прозвучало в ефірі. Крім того, порушення коду етики існують лише в тому варіанті, в якому вони були представлені на радіо, і наявності відгуку слухача, який не завжди реагує миттєво. Відповідно до теорії “мовчазної більшості” [10], притаманна слухачеві пасивність починає визначати етичну сторону його життя. Слухач стає заручником неоприлюднених почуттів про почуте на радіо, власних емоційних відгуків, компліментів, скарг і пропозицій, які він здатен акумулювати. Негативні відгуки на вироблений інформаційний продукт чи його композиційну схему відображаються емоціями, що викликають у нього роздратування, які нагромаджуються до моменту досягнення так званої “критичної точки” – оприлюднення скарги.

Таким чином, через формування рефлекторної системи реагування на відгуки радіо бере під свій контроль те, що цікавить слухача і формує його ставлення до подій. Аналогічно, як у природничих науках академік І. Павлов дослідив рефлексію впливу дзвінка на виділення слини у собаки перед прийомом їжі, так само соціальні науки розглядають радіо у формуванні електронного рефлексу, який притуплюється в ході набуття слухачем емоційних переживань, які не можуть бути оприлюдненими через відсутність рефлекторної системи вітчизняного мовлення. Самовдоволення впевненість стороннього спостерігача є неминучим наслідком етичної пасивності слухача, що

генеруються в соціумі. К. Маркс дав образне визначення релігії як опіуму для народу, що стало широко відомим завдяки його публікації “До критики гегелівської філософії прав”. З часом новим наркотиком стало радіо, яке охороняло поп-культуру від загрози висловити сумніви. Мовчазний феномен слухача, який колись дотримувався морального кодексу будівника комунізму, а тепер – десяти божих заповідей, втрачає розуміння етичності почуттів до радіомовлення, в якому продовжує збільшуватись обсяг ефірного часу з повідомленнями про катастрофи та аварії, заохочується до суджень про злочини інших людей.

Радіо змінює етичну платформу сприйняття слухачами ідентифікації. До завдань зі створення такої платформи входить засудження поведінки інших людей лише стосовно почутого в момент трансляції програми у зіставленні з фактами власного досвіду, а не через призму історії та узагальнень. Будь-яку трагедію слід розглядати з позицій відношення ідентифікованої події до слухача, як миттєву невдачу, а не як частини людського існування (захворювання однієї людини на депресію не можна порівнювати із співзвучною фазою економічного циклу суспільного розвитку). Тиск патогенної інформації породжує негативну реакцію слухача до всього середовища, а не до конкретно ідентифікованої людини з її власними недоліками.

Епістемологія розглядає наслідки радіомовлення шляхом аналізу журналістики в символічному середовищі і стверджує, що у випуску новин не настільки важливим є процес передачі інформації, як його розважальні елементи [4, с. 100]. В сучасних умовах культуру інфотейменту мовлення успішно використовують переважно комерційні радіостанції, оскільки вони допускають істотні зміни ідентифікації середовища своєї аудиторії, яка постійно відстежує новини і реагує на їх розважальний характер. На початку 1990 рр. комерціалізація медіа та їх орієнтація на поп-культуру сучасного Заходу призвела до виробництва більш стислого інформаційного продукту, здатного інтегрувати різні точки зору в одному репортажі, пристосовувати його умов легкодоступного сприйняття інфотейменту і жорсткої конкуренції в постійній боротьбі між вітчизняними радіостанціями за отримання ліцензій. Зміни, які зачепили комерційне радіомовлення на початку 2000 рр., поглибили ставлення інформаційних програм до вітчизняної реклами. Реклама вимагає дотримання такої ж точності, як інформаційне повідомлення, але має бути завжди готовою поступитися перед простотою. Прикладами впровадження самоідентифікації в рекламі можуть слугувати: рекламний ролик Олександра Стогнія для програми “Кріт” на ICTV, реклама “Єдина Україна” на каналі 1+1. Радіоновини також почали адаптацію до цієї стратегії. Проте включення в повідомлення самоідентифікації поспішно надуманих власних вражень журналіста з місця події чи його коментарів змогли лише зберегти наліт вдумливого фічерсу, заручившись при цьому редакційним узгодженням на трансляцію прихованої реклами, сценарного плану органічного репортажу або “темника”.

Застосування інфотейменту на радіо виявляється в конвергенції органічного репортажу з розвагою та фейс-ап рекламою. Ця конвергенція здійснюється за допомогою застосування методів оновлення повідомлень спільно з оголошеннями (анонсами про розвиток події в майбутньому часі разом з попередньою оцінкою і бекграундом фактів у минулому або теперішньому часі, якщо трансляція відбувається в прямому ефірі). Вперше застосування епістемології дозволило змодельовати такий формат органічного репортажу, який дозволив об’єднати політичний дискурс і рекламу [4, с. 26]. Відтоді в лексиконі рекламодавця почали домінувати категорії, які вживаються журналістами у відділі новин: лід, тіло, уривок (фрагмент), тло та ін. Вже певний час в інформаційних програмах цифрового та інтернет-радіо новини подаються через проекцію швидкоплинних фотографій (тривалістю ролика у 10-15 секунд). Стає цілком зрозуміло,

чому цифрова технологія мовлення, в якій може відобразитися швидкозмінне середовище, надає слухачеві миттєве задоволення і переконання в можливостях реагувати на події, що вимагають довготривалих спостережень, а також складно формуються в однозначному і легкодоступному сприйнятті.

Комерційні радіокомпанії не завжди зацікавлені виробляти трудомісткий інформаційний продукт, якому не судилося стати товаром. Відповідно до концепції афордизму, радіо (в синергії з засобами рефлексії, що притаманні поп-культурі) спроможне сформувати уявлення в пізнанні реалій навколишнього середовища. Розглядаючи теоретичні основи цієї концепції, професор Р. Унгер (Гарвардський університет) вказував, що її база сформувалась на стику теорій матеріалізму і марксизму, а ефективність інформаційних програм визначається не за кінцевим результатом, а за доступними для її виробництва ресурсами [5, с. 37]. Практична реалізація цієї концепції показала, що основною метою таких випусків новин було не інформувати, а виробити платформу для нових форматів розважання слухачів.

Кінцевим результатом дії концепції афордизму при висвітленні змісту лідових новин в ефірі комерційних радіостанцій стала їхня поверхневість. В інформаційному продукті почали домінувати елементи імпресіонізму, відсутність деталізованих подробиць при неодноразовому їх повторенні в межах 15 хвилин ефірного часу (особливо це характерно для ранкових програм). Повтор викликає роздратування слухача і змушує його вимикати приймач, оскільки цю інформацію він зможе почути в будь-який інший час.

За результатами опитування, проведеного компанією “Ofcom” (незалежний регулятор з питань конкуренції в галузі комунікації Великобританії), середня тривалість прослуховування людиною радіо за останні п’ять років зменшилась на 4 % і становить 170 хвилин на день [9]. Це означає, що повторення повідомлень, підготованих редакцією до трансляції, може відбуватися поза межами середньої тривалості прослуховування (в деяких випадках, відповідно до інструкцій радіостанцій, повторення програм дозволяється у виняткових випадках за згодою керівництва компанії). Такий результат не може призвести слухача до здивування тим, що випуски новин створювались занадто великою ціною і мають обмежений ресурс сегментів готових до трансляції. В цій ситуації трансляція випусків новин неминуче призводила до спотворення коридорів реальності, появи семантичних шумів в осмисленні парадигм радіомовлення. Події, які відбуваються одночасно в реальному часі, повинні бути реорганізовані таким чином, щоб їх озвучення не конфліктувало з попередньою інформацією. Ось чому такі затяжні повідомлення (навіть із застосуванням еталонних метафор) про “імпічмент В. Януковича”, “плівки М. Мельниченка”, “причетність Л. Кучми до продажу системи ППО “Кольчуги” Іракові”, “отруєння В. Ющенко” залишились у стані невизначеності, а тому – і поза увагою слухачів як такі, що не встановили причинно-наслідкових зв’язків відповідних подій і нерозслідуваних фактів. Новина може бути сприйнятою слухачем тільки одноразовим повідомленням. Від того, на скільки автор повідомлення може успішно визначити ступінь імовірності оприлюднених ним фактів, залежить рівень довіри слухача до радіостанції.

Слухач ігнорує контент тих подій, в яких приховується складність ситуації. Прикладом можуть бути заспокійливі репортажі Національної радіокомпанії України на початку 2014 р.: “не очікується дефолту української економіки”, “паніки з плаваючим курсом гривні не буде”, “вкладники повертають гроші на депозити” і т. д. Звичайно, висвітлення на радіо фактів надмірного застосування сили до учасників Євромайдану, жахливі акти тероризму, радикалізму і сепаратизму, які заповнили ефір з початку 2014 р., полягає в наступному: зло ніколи не можна пробачити і воно повинно бути засудженим.

У ситуації, коли повідомлення, опубліковані окремими радіокомпаніями, не досягають відповідного рівня точності і достовірності, слухач дозволяє собі ігнорувати власні моральні переживання і не оскаржує їх у редакціях. Критичною межею безпосереднього втручання анонімних слухачів стали образливі вигуки під час трансляції репортажів з Євромайдану в прямому ефірі заангажованих радіостанцій. Відсутність адекватної реакції державного регулятора медіа переросла в захоплення протестувальниками адміністративного приміщення Держкомтелерадіо України і припинення діяльності Першого національного радіоканалу. У висновку можна стверджувати, що вплив поп-культури на вітчизняне радіомовлення дає можливість переформатування підводок, повідомлень, інформаційних програм підвищеної складності у нові формати інфотейменту таким чином, щоб вони трансформували слухача з невизначеного середовища в ідентифіковані уявлення про подію. Зміни в радіомовленні, що відбуваються під впливом поп-культури, дають можливість інформувати його через новелу, документар, нарис, фічер. Одночасно постмодерністи можуть інформувати слухача однаково конкурентними історіями у форматі репортажів (інституційного, інтегрального, органічного) чи прямої риторики. Проте на сучасному етапі розвитку поп-культури у вітчизняному радіомовленні стає очевидною відсутність детального аналізу причин погіршення когнітивних навичок ідентифікації подій, талантів і слухачів, що ускладнює формування контенту радіо в період підключення до цифрових інформаційних технологій. Із зникненням діалогових підводок, дискусійних круглих столів в інтегральних репортажах та ланцюгових інтерв'ю слухачька аудиторія нової генерації поп-культури зазнала великих обмежень у доступі до наявних ресурсів при формуванні уявлень, які заповнила порожнеча й дезінформація. Гірка іронія вітчизняного радіомовлення полягає в тому, що сучасний етап його розвитку як ніколи потребує вміння викликати моральні уявлення про "ідеального слухача". Сучасному радіомовленню України пропонується широкий спектр можливостей для впровадження нових технологічних досягнень, які дають можливості запровадити нові форми ідентифікації та самоідентифікації, що піднімуть рівень відповідальності на радіо за висловлення і публікацію альтернативної думки.

ЛІТЕРАТУРА

1. Дьюи Дж. Реконструкція в філософії. Проблеми человека / Дж. Дьюи ; пер. с англ., послесл. и примеч. Л. Е. Павловой. – М. : Республика, 2003. – 494 с.
2. Сербін С. М. Елементи рефлексивності картини єдиного світу в радіомовленні [Електронний ресурс] / С. М. Сербін // Медіакартини світу: структура, семіотика, канали трансляції : матеріали II Міжнародної інтернет-конференції з соціальних комунікацій (15.05-15.06.2013). – Режим доступу : <http://journ.besaba.com/uncategorized/%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B8.html>
3. Сербін С. М. Зміни в парадигмі освітніх технологій і їх можливостей для розвитку інформаційного мовлення / С. М. Сербін // Науковий вісник інноваційних технологій. – Кіровоград : Науково-дослідницький центр інноваційних технологій, 2013. – № 2 (5). – 311 с.
4. Сербін С. М. Когнітивні аспекти багатокультурного радіомовлення / С. М. Сербін // Наукові записки. Сер. : Філологічна : збірник наукових праць / укл. : І. В. Ковальчук, Л. М. Коцюк, С. В. Новоселецька. – Острог : Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2014. – Вип. 42. – С. 149–155.
5. Сербін С. М. Матричні моделі оцінки ефективності прямоефірного мовлення / С. М. Сербін // Українські медіа 2012 : проблеми моделювання медійного контенту : матеріали міжнародної науково-практичної конференції [наук. ред. В. Різун, упоряд.