

КОМУНІКАЦІЇ ТА ЗМІ УКРАЇНЦІВ У ЧЕСЬКІЙ РЕСПУБЛІЦІ¹

Ганна Мелеганіч, к. політ. н., доц.

ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

У світлі останніх років різного роду комунікації відіграють вирішальну і все більш значущу роль для багатьох процесів у суспільстві. Комунікаційний підхід до соціальної дійсності вперше був обґрунтований Ю. Хабермасом, який ввів поняття «комунікативна дія» – джерело, засіб підтримання і використання соціальної пам'яті, що акумулює культурний та історичний досвід соціальних суб'єктів. Фундаторами соціокультурного підходу вважаються М. Вебер та П. Сорокін. Саме вони наголосили на важливості феномену культури, її впливові на розвиток суспільства, формування цінностей і світогляду особистості [1, с. 17]. Комунікація в широкому розумінні – це поняття, яке означає процес обміну інформацією, окреслює людську взаємодію у різних видах і формах. Коли мова йде про представників однієї національності, то комунікація між ними в чужій країні інколи стає вирішальним моментом їхньої єдності та стійкості. Адже комунікація є ознакою конструктивної взаємодії особистостей на основі взаємної толерантності й порозуміння. Не применшуючи важливості комунікацій для інтеграції у суспільстві із титульним етносом та іншими меншинами, метою даного дослідження є сконцентрувати увагу саме на комунікаціях як обміні, процесі взаємодії між людьми, коли одні люди передають іншим сигнали з певним змістом і емоційним забарвленням, всередині української спільноти в Чеській Республіці. Одразу варто зазначити, що мова йтиме як про представників української національної меншини, так і про сучасних мігрантів. Загалом сучасна українська організована громада в Чехії має давнє походження і сформувалася за декілька хвиль еміграції. Це результат довгострокового впливу часто відносно різних політичних, економічних, соціальних, демографічних, географічних та історичних умов. На сьогодні українці є найбільш численною групою мігрантів, а саме, згідно з даними за грудень 2020 року, це 165 654 особи, які зареєстровані у службі іноземців [2]. Водночас під час обов'язкового всечеського підрахунку населення у 2011 році 53 253 громадян Чехії в колонці, яку не обов'язково потрібно було заповнювати, написали, що вважають себе українцями. Проте варто зазначити, що особливістю того перепису було те, що 2 642 666 респондентів тоді залишили колонку національність порожньою, а це практично ¼ усього

¹ Дослідження проведено за підтримки стипендії Вишеградського фонду (Visegrad Fund).

населення країни. Так чи інакше, але щонайменше 218 907 українців офіційно проживають на території Чеської Республіки і складають найбільшу іноземну громаду. І така численна спільнота однозначно вимагає належної комунікації в суспільстві та відповідної організованості. Це необхідно насамперед для того, щоб відчувати свою єдність із представниками Батьківщини, а також, щоб належно презентувати себе в чеському соціумі.

У ХХ–ХХІ століттях засоби масової комунікації збільшують свою значущість, а в період 2020–2021 років окремі їхні види стали вирішальними, адже карантинні обмеження сприяли їхньому повсюдному розвитку, зокрема формуванню нового віртуального світу спілкування.

Усі засоби масової комунікації покликані виконувати три основні групи функцій:

а) задовольняти відповідне коло потреб людини як індивіда та особистості;

б) задовольняти відповідне коло потреб соціальних груп та людини як члена відповідної групи;

в) задовольняти відповідне коло потреб суспільства загалом як цілісної соціальної системи та людини як члена цього суспільства [3, с. 65].

Коли йдеться про представників окремої етнічної групи, то не для всіх осіб комунікації, на жаль, виконують усі ці функції. Хоча, звісно, в ідеальному випадку мали б бути всі виконуваними. Такі висновки можна зробити, ґрунтуючись на результатах опитування, проведеного автором на початку 2021 року у Чехії серед українців. Отже, 66% опитаних (всього 444 особи) підтримують тісні зв'язки з іншими українцями в Чехії, 26,6% частково і лише 7,4% не підтримують повністю. Проте джерелом інформації та комунікації для більшості, а саме для 91% опитаних, є соціальні мережі. Зокрема, найбільш популярною є «Фейсбук» та відповідні групи, сторінки в ньому: «Українці в Брно», «Українці в Чехії», «Українці в Пардубіці», «Українці в Пльзні», «Українці в Градці Кралове», «Громада в Чехії». Основною метою таких груп, які є багатотисячними, як правило, є об'єднання громадян України в Чеській Республіці заради спільних інтересів, створення спільного інфопростору українською мовою у цій країні. Найбільш обговорюваними тут є питання участі українців у житті громадянського суспільства в Чеській Республіці; ставлення чеської влади до громадян України; проблеми, на які нашоухуються громадяни України в Чеській Республіці.

На другому за популярністю місці джерелом інформації є офіційний сайт посольства України в Чеській Республіці – 11,9% опитаних вказали на це. Третє місце належить офіційним сайтам органів влади, таких як Міністерство внутрішніх справ, Міністерство закордонних справ Чеської Республіки,

еміграційних служб і т. д. (8,1% опитаних). Тут українці в основному шукають інформацію щодо питань двосторонніх відносин, видачі віз, правового захисту та підтримки тощо.

І лише четверте місце серед джерел інформації (5,4% опитаних) посідають газети та журнали в Чеській республіці. Вважаємо, варто більш детально зупинитися на ролі ЗМІ як односторонньої форми масової комунікації, адже вони незаслужено витісняються соцмережами, які подеколи є джерелом дезінформації. Проте такі їхні функції, як комунікативна, організаторська, ідеологічна, культурно-освітня, рекламно-довідкова та рекреативна є дуже важливими для ефективної комунікації в українській спільноті.

Найбільш відомими та знаними є два журнали, яким надають перевагу більшість українців, що давно проживають у Чеській Республіці. Мова йде про два україномовні видання – журнал «Пороги» [4] (заснований у 1992 році) та «Український журнал» [5] (заснований у 2005 році). Часопис «Пороги» інформує про українське життя в Чехії та Україні, пропонує читачам інтерв'ю, аналітику та культурний сервіс. «Український журнал» – це інформаційний культурно-політичний місячник для українців, що розповсюджуються не лише на території Чеської республіки, а й на території Словаччини та Польщі. На додаток до згаданих українських журналів у Чехії видається альманах «Остравська просвіта». Однак через свою вартість та мінімальний бюджет (близько 20 тисяч крон на рік) видається раз на два місяці, має досить місцевий характер та дуже обмежену аудиторію. Подібна ситуація і з періодичним виданням «Український вісник», який раніше нерегулярно публікувався та розповсюджувався в Українських церквах [6, с. 43].

Окремо варто сказати про інформаційні сайти, які часто поєднують у собі функції і засобів масової комунікації, і засобів масової інформації. Наприклад, сайт ukrajinci.cz, який підтримується однією з найстаріших громадських організацій української меншини «Українська ініціатива в Чеській Республіці». Сайт інформує читачів про українську діаспору в Чеській Республіці та орієнтований на підтримку та розвиток української культури в рамках європейського та чеського суспільств.

Інший сайт – портал українців у Чехії – uaportal.cz є багатoproфільним щодо наповнення контентом і водночас має форум для спілкування. Доволі інформативним та з аналітичними матеріалами є сайт ceskougrajinska.com, який містить новини з життя в Чехії для українців, що тут живуть, працюють або навчаються. Цікавим сайтом є tyaukrajina.cz – про історію та сьогодення чесько-українських відносин, який, на відміну від попередніх, не має

української версії, але це саме тому, що ресурс створено для тих чехів, чеських українців чи українських чехів, які стежать за розвитком подій в Україні з щирим інтересом та критичним співчуттям.

Таким чином, засоби масової комунікації у Чехії дедалі більше впливають на життя української громади в Чеській Республіці, задовольняючи відповідне коло суспільних потреб загалом та різних соціальних груп, маючи здебільшого масовий та публічний характер. Для того, щоб ЗМІ ефективно впливали на українську спільноту, вони повинні викликати інтерес у різних категорій громадян України у Чехії та українських чехів і задовольняти бажання, потреби й інтереси більшості з них. Попри щоденне збільшення віртуальних комунікацій, змістовний контекст ЗМІ залишається популярним у суспільстві та потребує підтримки в українській громаді в Чеській Республіці.

Список літератури:

1. Тодорова О. Інновації в комунікаціях : Інноваційний PR-інструментарій в соціальних комунікаціях сучасного бізнесу. Київ : Інтерконтиненталь-Україна, 2015. 176 с.
2. Počet cizinců v ČR - předběžné čtvrtletní údaje; 2004/06 - 2020/12. URL: https://www.czso.cz/documents/11292/27320905/c01R02_202012.pdf/e5a79b44-08f6-4d5a-a53f-17bff3b7c450?version=1.0 (дата звернення: 15.04.2021).
3. Пахнін М. Л. Засоби масової комунікації та засоби масової інформації: співвідношення понять. URL: http://www.lawbulletin.oduvs.od.ua/archive/2018/8_2018/11.pdf (дата звернення: 15.04.2021).
4. Часопис «Пороги». URL: <https://www.ukrajinci.cz/ua/casopis-porohy/> (дата звернення: 15.04.2021).
5. Український журнал. URL: ukrzurnal.eu (дата звернення: 15.04.2021).
6. Menšinová problematika v ČR: komunitní život a reprezentace kolektivních zájmů (Slováci, Ukrajinci, Vietnamci a Romové). URL: https://www.soc.cas.cz/sites/default/files/publikace/247_ss_06_10.pdf (дата звернення: 15.04.2021).