

СУЧАСНІ ЕЛЕКТРОННІ МЕДІА

ПОЛІТИЧНІ КОМУНІКАЦІЇ В УАНЕТІ

Ігор Балинський

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна,
e-mail: pleroma@lviv.farlep.net*

У статті обговорено думку, що неконтрольований потік неперевіреної інформації, оприлюднення компромату, зовнішні інформаційні втручання та маніпуляції поступово стають основними ознаками українських політичних Інтернет-ЗМІ, їх використовують з метою дискредитації не лише конкретного політика чи політичної сили, а й держави загалом.

Ключові слова: Інтернет-комунікації, політикум, політичний авторитет, викривальна журналістика, політичні маніпуляції, національна ідентичність.

Стрімкий розвиток Інтернету більшість дослідників пояснюють його перевагами над традиційними медіа. Однак в останні декілька років (2005–2010 рр.) УАНЕТ став медіа-середовищем, у якому неконтрольований потік неперевіреної інформації, оприлюднення компромату, зовнішні інформаційні втручання та маніпуляції поступово стають ознаками української павутини. Українські Інтернет-ЗМІ все частіше стають інструментом політичних конфліктів, їх використовують з метою дискредитації не лише конкретного політика чи політичної сили, а й держави загалом.

Основними перевагами, що вирізняють Інтернет, науковці і практики у сфері журналістики визначають такі:

– *мультимедійність* (Інтернет об'єднує візуальні, звукові, друковані та відеоаспекти традиційних ЗМІ);

– *інтерактивність* (Інтернет пропонує діалог, так званий зворотний зв'язок – feedback, а не монолог, який характерний для традиційних медіа; зворотний зв'язок, діалог між великою кількістю користувачів можливий через електронну пошту, форуми, чати, веб-конференції);

– *персоналізація* (Інтернет забезпечує необхідною інформацією на будь-якому рівні зацікавлених у ній індивідів чи групи людей);

– *відсутність посередників* (Інтернет надає можливість владі прямого доступу до населення, населенню – до влади без втручання і маніпулювання з боку ЗМІ).

Підсумовуючи, чим Інтернет вирізняється з-поміж традиційних медіа, дослідник сучасних масових комунікацій М. Постер визначає Інтернет як “децентралізовану систему комунікації, що діє як мережа мереж, підриваючи існуючі уявлення про характер політики і роль технології загалом” [1, с. 402].

Зазначені переваги Інтернету перед традиційними медіа роблять його привабли-

вим та ефективним каналом комунікації, зокрема політичної, оскільки дають змогу охопити різні референтні групи населення. Важливим також є той момент, що Інтернет-комунікації, на відміну від інших комунікаційних процесів, дають можливість користувачеві формувати власну ідентичність, яка часто не пов'язана з ідентичністю в реальному житті, тобто не зумовлена соціокультурною позицією людини, її статусом чи місцем народження.

Цей момент є достатньо принциповим для політичних Інтернет-комунікацій, оскільки дає змогу людині витворювати власну політичну ідентичність, не прив'язуючи її до умовностей повсякденного життя, в якому політична позиція може створювати людині реальні життєві проблеми. Скажімо, україномовний українець, прихильник націоналістичної ідеології в Криму може стати в реальному житті об'єктом соціального ігнорування з боку місцевого російськомовного населення; чи навпаки – російськомовний українець має підстави побоюватися потрапити на Західній Україні в ситуацію соціального дискомфорту. Натомість Інтернет дає змогу людині вільно висловлювати власні політичні чи соціокультурні погляди. Якщо лише поверхово проаналізувати форуми під політичними матеріалами на “Українській правді” чи “Главреді”, то побачимо, що чимало користувачів свої відгуки підписують не власними іменами, а політично зідентифікованими ніками (іменами): Українець, Москаль, Бандерівець, Соборник, Націоналіст, Ліберал, Позапартійний, Рожденный в СССР, Сторонній, Нахтігаль, Патріот і т. д.

Частина дослідників вважає анонімність політичних комунікацій в Інтернеті його вадою. Дехто з науковців доводить, зокрема російська дослідниця А. Черних, що “ідентичність у віртуальному просторі має бути представлена, як мінімум, іменем і статтю, тоді як у реальному житті в ній майже завжди присутня також етнічність, яка є чи не найважливішою характеристикою ідентичності” [2, с. 210]. Фактично мова йде про те, що анонімність в Інтернеті є чинником подолання етнічності.

Важливим аспектом політичних Інтернет-комунікацій є позагеографічність самого Інтернету. Звиклі підходи аналізу традиційних медіа означували їх у межах національної держави, яка за територією збігалася з поширенням тієї чи іншої газети, радіо- або телесигналу. Таким чином ідентичність описувалася в категоріях географії, тобто простору. На думку одного із найбільш авторитетних дослідників медіакомунікацій Д. МакКуейла, “втрата управління і контролю за споживанням інформації з боку того, хто її постачає, стає критичною. Водночас це стає основою для формування справжньої демократичної взаємодії, яка виникає завдяки можливості відмовитися від нав'язаної комунікації, що традиційно виконувала функції індоктринації бажаного і трансльованого бачення дійсності аудиторії” [3]. Таким чином позагеографічність Інтернету дає змогу користувачеві уникати маніпуляцій, характерних для традиційних медіа, та формує можливість спротиву індоктринованому політичному дискурсові.

Одним із перших дієвих прикладів політичної деавторитетизації в українській мережі стала реакція Інтернет-ЗМІ та Інтернет-користувачів на одну з обіцянок “помаранчевих” лідерів В. Ющенко та Ю. Тимошенко – декларувати власні доходи, що є ключовою ознакою прозорості та демократичності влади. Тодішній Президент України одразу після подій Майдану публічно пообіцяв, що не тільки він, а й уся його родина декларуватиме доходи. Однак у 2005 році, після свого обрання, В. Ющенко не подав навіть власної декларації, не кажучи про членів родини. У відповідь на нехтування своїми обіцянками, “Українська правда” опублікувала журналістське розслідування про спосіб життя сина Віктора Ющенко – Андрія. Цикл матеріалів “Андрій Ющенко, син Бога?”, в якому журналіст С. Лещенко (псевдонім – Леонід Амчук) розповів про розкіш у житті сина

Президента, став початком падіння, передусім, морального авторитету В. Ющенка, який, незважаючи на власні обіцянки, так і не зміг аргументовано пояснити, за рахунок яких коштів його син веде такий спосіб життя.

Продовження теми декларування доходів стосувалося лідера БЮТ, двічі прем'єр-міністра України Ю. Тимошенко. У 2006 році Ю. Тимошенко задекларувала вкрай мізерні доходи, що не відповідало навіть вартості її одягу. “Українська правда” та “Главред” у цей час започаткували в УАНЕТі своєрідний політичний “магазин одягу”: журналісти цих Інтернет-ЗМІ фотографували кожен новий туалет Ю. Тимошенко й поруч із цією світлиною ставили фото з вартістю цього одягу в магазині. Упродовж нетривалого часу кошти, які витратила Ю. Тимошенко на одяг, значно перевищували задекларовані нею доходи.

Аналогічний випадок стався і з Віктором Януковичем. У 2007 році він як прем'єр-міністр України відбув до Брюсселя на засідання комісії Україна – ЄС. Журналісти Інтернет-ЗМІ зазнимкували, що до ділового костюму В. Янукович узув туфлі зі страусової шкіри, вартість яких становила понад 10 000 доларів США. Ця ситуація стала одним із елементів деавторитетизації лідера ПР, чий тодішній політичний імідж формувався на простоті поведінки, мови та зовнішнього вигляду, тобто зрозумілості для “виборця-пролетаря” зі Сходу України.

Деавторитетизація українського політикуму стала однією з важливих складових політичних комунікацій УАНЕТу. Водночас мусимо констатувати, що деавторитетизація як складова політичних Інтернет-комунікацій спричинила в українській інформаційній павутині низку негативних явищ, головними серед яких є тенденційність, домінування скандальності та сенсаційності.

На нашу думку, автор циклу публікацій “Андрій Ющенко, син Бога?” своїми матеріалами не так аналізує проблему, як “віносить вирок”: скандальна історія з Андрієм Ющенком стає підставою для розчарування Віктором Ющенком. Досягаючи часткової деавторитетизації, журналіст започатковує комунікативний процес, спрямований не на дискусію, обговорення проблеми, а на підсилення політичної напруги, конфліктності, тобто того, що викличе некритичне сприйняття події у читача (користувача). Журналіст не аналізує причини, що зумовлюють таку поведінку сина Президента, не проводить порівняльний аналіз загальносвітового феномену неадекватної поведінки дітей “перших осіб”. Автор діє в межах логіки “комунікацій повсякдення”, тобто свідомо чи ні, але занижує рівень потенційних комунікацій.

Вищепроаналізована медіа-ситуація добре ілюструє одну з ключових ознак сучасних Інтернет-комунікацій: проводячи аналіз політичної реальності на зрозумілому для користувача повсякденному рівні, Інтернет-ЗМІ занижують рівень критичного осмислення самої реальності. Понад те, Інтернет в останні роки став своєрідним заміником реального життя, яке, на відміну від павутини, не може надати будь-що “тут і зараз”. “У Мережі є все на будь-який смак: порнографія і політична пропаганда, реклама, різноманітні екстремістські заклики і вимоги, ексцентричні вислови і заклики до насильства, тобто те, що загалом характеризує повсякденність” [2, с. 209].

Незважаючи на те, що Інтернет формує нові комунікативні можливості, зокрема політичні, які не в змозі забезпечити традиційні медіа, водночас павутина створює нові соціально-політичні проблеми, головними з яких є такі:

- криза тематичної пріоритетності (втрата демократичності дискурсу);
- зазіхання на приватну власність (неконтрольований потік необмеженого виробництва інформації);
- небезпека стабільності існуючих держав (через втрату контролю за приватно-публічною інформацією) [2, с. 222].

На наш погляд, однією з головних проблем політичних Інтернет-комунікацій УАНЕТу є їхня якість. Ключові українські Інтернет-ЗМІ, до яких належать “Українська правда”, УНІАН, “Главред”, “Кореспондент”, ОБКОМ, здебільшого формують ситуативний політичний “порядок денний”, пропоновані публікації є реакцією на поточний політичний процес. Відповідно, ми отримуємо комунікативне поле, що спрямоване на оцінку факту, події, а не на комплексний аналіз ситуації чи проблеми. Винятком із цих правил в українській мережі можна вважати Інтернет-видання “Українська правда”, чий контент достатньо рівномірно спрямований на аналіз як поточного політичного моменту, так і на пошук стратегічних рішень актуальних політичних проблем.

Проблема якості політичних Інтернет-комунікацій, на наш погляд, тісно пов’язана з домінуванням в УАНЕТі тенденцій “викривальної журналістики”. З 2005 року українські Інтернет-ЗМІ не лише критично налаштовані до дій (рішень) влади та політикуму, що, зрештою, є однією із функцій журналістики. Критика в УАНЕТі головню спрямована на делегітимізацію влади (політикуму), вона формує тотальну недовіру до влади та її репрезентантів, унеможливує пошук компромісу та адекватних ефективних рішень. Натомість вторинними стають такі важливі суспільно-політичні теми, як: реформування системи влади в Україні; стратегія розвитку держави; світові глобальні виклики тощо.

Якщо первісно Інтернет розглядався як альтернатива політичній індоктринації традиційних медіа, то сьогодні є підстави говорити про кризу ідеї “електронної демократії”, яку пов’язували з розвитком мережі. Суть ідеї “електронної демократії” полягала в можливостях Інтернету вдосконалити інфраструктуру демократичного суспільства, “створюючи умови переходу від представницької демократії до демократії участі, від простої участі до співучасті всіх громадян у вирішенні актуальних соціальних, політичних та економічних проблем” [4].

Демократичність УАНЕТу сьогодні трактують як відсутність цензури і табуованих тем, можливість вільного обговорення публікації тощо. Ці складові, безперечно, є важливими атрибутами незалежності медіа, демократичності інформаційного простору. Водночас в українській мережі, на наш погляд, відсутні інші складові демократичного дискурсу. Передусім, ідеться про конструктивність критики, тематичну збалансованість, відповідальність Інтернет-ЗМІ за вплив на аудиторію (громадську думку). Як результат, Інтернет-ЗМІ та продуковані ними комунікації, передусім політичні, створюють передумови до використання Інтернету як інструменту впливу на політичні процеси.

Наслідком політичної інструменталізації Інтернету, зокрема УАНЕТу, стає загроза стабільного розвитку держави. В останні декілька років УАНЕТ став медіа-середовищем, у якому ігнорується дотримання (відстоювання) національних чи державних інтересів, або трактується довільно, тобто на редакційний розсуд. Неконтрольований потік неперевіреної інформації, оприлюднення компромату, зовнішні інформаційні втручання та маніпуляції поступово стають ознаками української павутини. Українські Інтернет-ЗМІ все частіше стають інструментом політичних конфліктів, їх використовують з метою дискредитації не лише конкретного політика чи політичної сили, а й держави загалом.

Однією з головних причин такої ситуації, вважаємо, є відсутність єдиних стандартів відповідальності за оприлюднену інформацію, дотримання загальноприйнятих норм професійної етики. На наш погляд, якраз проблема відповідальності за оприлюднену інформацію визначатиме, яке місце та роль посідатиме Інтернет у системі засобів масової комунікації: чи й надалі триватиме процес політичної

інструменталізації павутини, чи Інтернет зможе випрацювати власні професійні стандарти, зокрема етичні.

Стрімкий розвиток Інтернету сформував в українському інформаційному просторі нові комунікаційні можливості, зокрема політичні, та водночас витворив нові виклики, пов'язані, передусім, із загрозою “розмивання” національної ідентичності, зростанням рівня політичних маніпуляцій. Нову інформаційну та комунікаційну ситуацію в УАНЕТі сьогодні складно оцінити однозначно. Ми говоримо лише про поточну оцінку та окреслення нового проблемного поля для аналізу.

1. *Poster M.* GyberDemocracy: Internet and the Public Sphere // Hartley J., Pearson R.E. (eds.) American Cultural Studies: A Reader. – Oxford University Press, 2000. – 402 p.

2. *Черных А.* Мир современных медиа /А. Черных. – М. : Издательский дом “Территория будущего”, 2007. – 470 с.

3. *McQuail D.* Mass Communication Theory: An Introduction. – London : Sage, 4th ed., 2004. – 326 p.

4. Consultant Study on the Impact of the New Communications Technologies on Human Rights and Democratic Values // Council of Europe. – Strasburg, 1995. – Dec. 4.

POLITICAL COMMUNICATIONS IN THE UANET

Igor Balynsky

*Ivan Franko National Universit of Lviv,
Chupryny Str. 49, 79044, Lviv, Ukraine,
e-mail: pleroma@lviv.farlep.net*

The article gives thought, that uncontrolled stream of unverified information, legend of compromise, external informative interferences and manipulations gradually become the basic signs of Ukrainian political Internet-media, they are used with the purpose of discredit of not only concrete politician or political force, but also state on the whole.

Key words: internet-communications, politic-sphere, political authority, revealing journalism, political manipulations, national identity.

ПОЛИТИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ В УАНЕТе

Игорь Бальнский

*Львовский национальный университет имени Ивана Франко,
ул. Генерала Чупрынки, 49, 79044, Львов, Украина,
e-mail: pleroma@lviv.farlep.net*

В статье продуцируется мысль, что неконтролируемый поток непроверенной информации, огласка компромата, внешние информационные вмешательства и манипуляции постепенно становятся основными признаками украинских политических Интернет-СМИ, их используют с целью дискредитации не только конкретного политика или политической силы, но и государства в целом.

Ключевые слова: Интернет-коммуникации, политикум, политический авторитет, обличительная журналистика, политические манипуляции, национальная идентичность.

Стаття надійшла до редколегії 13.12.10

Прийнята до друку 15.12.10