

Українська блогосфера як територія репрезентації моделей громадянської ідентичності

Ольга Михайлова,
аспірант Інституту політологічних і
етнонаціональних досліджень
ім. І. Ф. Кураса НАН України

Рецензент:
д. і. н. Ю. Шаповал

Блогосфера заслуговує на увагу спеціалістів політичних наук, бо за її посередництва у суспільстві репрезентуються і утверджуються певні моделі громадянської ідентифікації. У статті окреслена специфіка блоггерської публіцистики в контексті зростання її впливу серед громадян, а також здійснено огляд окремих її зразків.

Ключові слова: блогосфера, публіцистика, моделі громадянської ідентичності.

Blogosphere is mediator in the process of presentation of certain civic identity models among Ukrainian community. That's why it is noteworthy for experts of political science. The article outlined the specifics of blogosphere journalism in the context of increasing of its influence among citizens. Article also conducted a review of some samples of political essays.

Keywords: blogosphere, journalism, models of civic identity.

Блогосфера заслуживает внимания специалистов политических наук, так как при ее посредничестве в обществе представляются и утверждаются определенные модели гражданской идентификации. В статье очерчена специфика блоггерских публицистики в контексте роста ее влияния среди граждан, а также сделан обзор отдельных ее образцов.

Ключевые слова: блогосфера, публицистика, модели гражданской идентичности.

Контекст мережі Інтернет швидко змінює домінуючі соціальні стратегії. На наших очах Інтернет перетворюється на визначальний чинник змін

в інформаційному просторі людства, в етнонаціональному просторі, а також у свідомості конкретної людини. Він є дієвим впровадженням у реальність цінностей свободи, проголошених в емансипаційних рухах 60-х та 70-х рр. ХХ ст. Нещодавні соціальні зрушення всесвітнього значення, такі як „Арабська весна” або акція „Захопи Уолл-стріт” були напряду обумовлені можливостями Інтернету, бо готувалися й організовувалися за посередництва ресурсів блогосфери і комунікаційних мереж. Ці події остаточно довели, що інформаційний простір – першочерговий фактор у сфері політики, і не зважати на нього, ігнорувати його є свідченням стратегічної неадекватності.

Активними користувачами Інтернету є переважно мешканці великих міст (в селах мережею охоплено 16,4% мешканців). Цей, найбільш освічений і динамічний прошарок українців, вже зорієнтований саме з Інтернету отримувати інформацію. Особливо це стосується молоді: 72,3% саме тут шукають інформацію про події (за даними соціологічного опитування Інституту Горшеніна в березні 2013 р.) [1]. Об’єктивні процеси подальшої інформатизації українського суспільства лише сприятимуть поширенню цього тренду. На початок 2012 року мережею Інтернет активно користувалося більш ніж 42,8% мешканців України, при чому ця цифра зросла на 10% за один рік.

Принциповою новацією мережі Інтернет є доступ (наданий, принаймні умоглядно, кожному) до створення власного інформаційного продукту й поширення його на фактично необмежену аудиторію. Це, зокрема, відзначає спеціаліст з медіа-комунікацій Г. Почепцов: „Це інформаційна сфера з пониженням контролю концентрує в собі той негатив, що звичайно залишався б на рівні „кухонних розмов” і тому поза грою. Сьогодні він може отримати багатотисячну аудиторію, що веде до нових типів наслідків” [2, с. 52]. Навіть якщо зміст такого інформаційного продукту не є явно революційним, результати можуть виявитися непередбачуваними.

Розвиток вільної журналістики в Інтернеті поклав край монополії держав і медіа-магнатів на „четверту владу” (тобто на владу керування інформаційними потоками). Мас-медійні можливості мережі використовують, зокрема, непрофесіонали. Американський дослідник і журналіст Д. Гілмор запропонував для них такі визначення як „громадянський журналіст” (citizenjournalists) та громадянський журналіст (civiljournalist). Перші є активними представниками громадянського суспільства і здійснюють контроль за діями влади; другі більш зосереджені на інформуванні та волонтерських ініціативах [3, с. 225].

Блогосфера є саме тим простором, де непрофесійні журналісти (поруч з професійними авторами) найбільш виразно заявляють себе й свою позицію. Само слово „блог” походить від англійського weblog, що дослівно означає або щоденник World-WideWeb (щоденник глобальної гіпертекстової системи). Такий щоденник являє собою, як правило, низку записів, які автор робить и виставляє на блозі особисто. На екрані ці записи

Ольга Михайлова

появляються у зворотному хронологічному порядку, тобто найостанніші за часом публікації з'являються на першому місці. Автора й господаря блога прийнято називати блоггером, а ведення блога – блогінгом. Довіра аудиторії до такого інформаційного джерела, як блоги, зростає, тоді як традиційні ЗМІ її втрачають. Про це свідчить той факт, що авторитетне інформаційне агентство Reuters навіть домовилося з великими співтовариствами блоггерів, щоб його власні новини супроводжувалися коментарями блоггерів та посиланнями на он-лайніві дискусії [4, с. 27]. Але ж лише у 2001 р. блоггери вперше стали джерелом інформації для офіційних ЗМІ США, коли розмішали на своїх ресурсах репортажі про наслідки терористичного акту 11 вересня.

Сьогодні у світі нараховується понад 50 млн блогів, аудиторія яких становить більше 100 млн осіб (причому український сегмент блогосфери розвивається доволі динамічно). Відповідно, дедалі частіше блоги привертають увагу дослідників. Причина, перш за все, в тому, що блоги якнайкраще конденсують самоусвідомлення наших сучасників, адже відвертість і щирість цінуються в цьому просторі найбільше. Статистика відвідувань, а також можливість читача блогу відгукнутися, лишити свій коментар надає цікавий матеріал для досліджень, зокрема, такий, що піддається обрахуванню. Ступінь уваги до блогу, а також позитивного відношення до його змісту відображається в соціальних мережах і також є доволі інформативним.

Увагу вчених до блогосфери відзначає, зокрема, Л. Зиміна: „Феномен блогінгу багатогранний і може аналізуватися з використанням різної методології і в безлічі ракурсів: як жанр мережевої словесності; культурне співтовариство; засіб картографування власної пам'яті; новий медіа-конкурент традиційних ЗМІ; „громадянська журналістика”; комунікація, що створює нову онлайніву „публічну сферу”; ефективний інструмент побудови соціальних мереж” [5, с. 277-278]. На вітчизняному ґрунті аналіз феномену блогінгу, за нечисленними виключеннями, здійснювався переважно в контексті журналістики (В. Різун, Ю. Нестеряк, Г. Потятинник, В. Іванов, О. Гоян та інші) або в соціологічному контексті (Н. Ілляк, А. Білорицька, Л. Шевченко, С. Коноплицький та інші).

Як для дослідника сфери політичних наук, особливу увагу має викликати публіцистичний потенціал блогосфери, оскільки він чимдалі суттєвіше впливає на процеси громадянської ідентифікації. Найбільш відвідувані і резонансні блоги являють собою зразки висококласної публіцистики (хоча паралельно існує величезний масив малозмістовних блогів-щоденників). Такі публіцистично спрямовані блоги є містком між дискурсом публічної політики та аудиторією, яка прагне політично самовизначитися, для чого публіцистика блогосфери пропонує орієнтири й ідентифікаційні маркери.

Мережева енциклопедія „Вікіпедія” визначає публіцистику як „рід літературної і журналістської творчості, який оперативіно досліджує,

узагальнює і трактує з авторських позицій актуальні суспільно-політичні питання та інші проблеми суспільства, з метою впливу на суспільну думку та існуючі політичні інститути, оперуючи при цьому засобами логічного мислення та емоційного впливу” [6]. Певна громадянська позиція визначає змістовне наповнення публіцистичного твору, а його переконливість досягається наявністю ідейно-теоретичного підґрунтя, цілісної аксіологічної авторської картини світу і, обов’язково, відповідного стилю.

Домінантною категорією публіцистики (зокрема, й у блогосфері) є концептуальність, що доводить у своєму дослідженні Л. Супрун [7]. Це певною мірою обумовлює статус блогосфери як містка між науковим дискурсом і повсякденною свідомістю. Автори, як правило, добре усвідомлюють, яку саме модель (політичної культури, громадянської ідентичності тощо) вони транслюють назовні. При всьому суб’єктивізмі, характерному для блогосфери, потреба бути почутим і сприйнятим виводить блоггера на консенсуальність, тобто необхідність транслювати ідеї та уявлення, прийнятні не лише для автора, але для певної групи, що стає його аудиторією. Це забезпечує не лише увагу до конкретних концепцій і моделей, що репрезентуються блоггерами, але й їхню трансформуючу силу – силу структурувати аудиторію, сегментувати її (зокрема – й відштовхувати незгодних). Врешті решт аудиторія визначається не так у своєму ставленні до блоггерів, як до концептів, ними трансльованих. Щоправда, визначальним у сприйнятті або несприйнятті того чи іншого блогу можуть виявитись не його концептуальне наповнення, а, скажімо, стилістичні особливості або особистість блоггера.

Історично склалося так, що найпотужнішою платформою блогів став російський ресурс „Живий Журнал”, який відомий також як Live Journal. Соціологічні дослідження ЖЖ показують, що найбільшою популярністю тут користуються теми „дозвілля і звички” (56,5% користувачів згадували цю категорію), „природа” (52,5%), „особистість і психіка” (49,5%). Політика (з 17,5%) опинилась десь всередині списку, проте, доволі популярною категорією виявилась „Україна” (46%) [8, с. 41].

Платформи для створення блогів, і доволі популярні, існують на сервісі „Яндекс”, а також в інших пошукових системах. Проте для осіб, які свідомо ставляться до своєї громадянської ідентифікації, слідкують за новинами і політичним кліматом у країні, зручніше і доцільніше відвідувати ті блоги, які розміщені на сайтах авторитетних медіа. Такими, зокрема, є „Українська Правда”, „Кореспондент.net”, „Український тиждень”, „Лівий берег” тощо.

Ціннісні орієнтири видання при цьому жодним чином не впливають на зміст блогів і добірку блоггерів. Для кожного медіа супровід незалежних авторських блогів є свідченням поваги до свободи висловлювання, і цього принципу медіа дотримуються зокрема й тоді, коли ідеологічні орієнтири, проголошені у тому чи іншому блозі, сутнісним чином відрізняються від

Ольга Михайлова

орієнтирів самого видання. Кожен блоггер є господарем у своєму блозі, при якому може формувати власний набір опцій – наприклад, відключити можливість коментувань свого блогу.

Серед ЗМІ, що є платформою для блогів, якісно виділяється „Кореспондент.net” [9], де публікують свої записи політики і журналісти В. Медведчук, В. Портніков, С. Власенко, Г. Герман, Ю. Луценко, В. Піховшек. Окремі з цих осіб присутні і на інших ресурсах, а деякі надають активну перевагу саме „Кореспондент.net”: так, В. Піховшек та В. Медведчук розмішують тут повідомлення фактично кожного дня.

„Кореспондент.net” дає можливість бачити не лише коментарі відвідувачів блогу, але й кількість переглядів запису, а також відгуки соціальних мереж. Зокрема, можна побачити, що резонансна стаття Євгенія Кісельова „Послесловие к истории с Ургантом” („Післямова до історії з Ургантом”) отримала півтори тисячі „лайків” (тобто позитивних відгуків) в мережі Facebook. Зареєстровані відвідувачі можуть лишати „лайки” і безпосередньо на блозі. Подібна статистика дозволяє робити висновки щодо реальної популярності окремих записів та впливовості їхніх авторів.

Як новинний медіа-ресурс позиціонує себе „Кореспондент.net”. Пріоритетна увага до пошуку новин характеризує його аудиторію як доволі прагматичну – принаймні, якщо порівняти з аудиторією „Української правди”. „УП” демонструє домінуючу публіцистики, а не новин, і, відповідно, є притягальною для осіб, яких хвилює політична та громадянська ідентифікація. У блогосфері „УП” [10] вони можуть знайти ідентифікаційні маркери й орієнтири, альтернативні тим, що пропонує редакція.

Зокрема, дуже популярним є блог журналіста О. Чаленка, який демонструє упередження до українофонного дискурсу. Описана В. Куликом дихотомія „східнослов'янське VS українське” [11, с. 296] має в особі О. Чаленка ілюстрацію саме східнослов'янського вибору. Оскільки його записи активно відвідуються і коментуються, можна зробити висновок про відповідність такої ідеології смакам певного сегменту аудиторії. Можливо, відвідуваність блогу пояснюється спостереженням, що „записи негативного змісту користуються більшою увагою, ніж позитивні або нейтральні” [12]. Можливо також, певний сегмент аудиторії приваблює специфічний спосіб висловлювання О. Чаленка, який часто носить агресивний і некоректний характер.

Протилежністю йому є інтелігентний стиль російського публіциста А. Окари – найбільш плідного блоггеру „Української Правди” (майже тисяча записів!). Певний сентимент, який він висловлює у відношенні спільного радянського минулого українців і росіян, не заважає йому триматися українофонного дискурсу. Проте, прозахідні симпатії самої „УП” йому, вочевидь, чужі. Таким чином, блоги „УП” просувають як мінімум дві моделі ідентичності, які ціннісно орієнтовані не на західні

цінності, а на традиції східнослов'янського світу (в тому числі – специфічні традиції інтелігентності та хамства: лише б не прагматики західного зразку!).

Активна громадянська позиція як цінність пропагується на блізі юристом Т. Монтян. Численні громадські ініціативи і правозахисна діяльність забезпечуються з її боку юридичною (а завдяки веденню блогу й інформаційною) підтримкою. Стиль спілкування Т. Монтян розкутий (аж до розв'язності), що відповідає образу щирого борця за народні права. Її робота „на рівні коренів трави”, здавалося б, не навантажена політичним змістом. Але разом з тим треба визнати, що орієнтири громадянського суспільства і правової держави мають європейські витoki: це яскраво виражена ідентичність члена громадянського суспільства.

Окрему увагу варто приділити блогу голови ВО „Свобода” О. Тягнибока. Антиросійська, а також антиімперська та антикремлівська риторика заявляється як неодмінна складова позиції українського націоналіста. О. Тягнибок демонструє прозахідні настрої, хоч у той самій Європі ставлення до нього і його політичної сили є, м'яко кажучи, неоднозначним. Читачі його блогу діляться на гарячих прихильників та категоричних опонентів – про це свідчать коментарі. Ледь не рекордна їхня кількість для „УП” (близько 50% записів супроводжуються більше ніж 100 коментарями) відбиває суспільну увагу до презентованої і відстоюваної ним ідентичності.

Помітне місце на „УП” посідають блоги журналістів, зокрема й таких, яким близька політика „УП”. Один з найпопулярніших – блог С. Лещенко, штатного журналіста „УП”. Серед майже двохсот блогів „Української Правди” є блоги православних і буддистів, спортсменів, співаків і художників, мешканців України і закордоння, політиків при владі і в опозиції.

Динамічний розвиток мережі Інтернет давно не лишив надії, що в ньому може сконденсуватися певний дискурс: в ньому на сьогодні присутні усі можливі дискурси, усі можливі уклади і відповідні їм способи самоідентифікації. При чому ідентифікація мешканців України відбувається в такому широкому полі ідентифікаційних маркерів, який годі уявити в будь-якій іншій країні. Репрезентуються і актуалізуються вони значною мірою саме за посередництва блогосфери.

Стрімкий розвиток інформаційних і комунікаційних технологій випереджує наукове осмислення і вивчення процесів, що відбуваються. Причина, перш за все, полягає у надвисокій динаміці розвитку мережі. Наукові дослідження від формулювання проблеми до верифікації проходять у значно повільнішому темпі. Вони, як правило, не зосереджені на фіксації змін, що вимірюються кількома роками, в той час як для розвитку Інтернету кілька років – це окрема ера. Надолужити час, подолати цей розрив – гідне завдання й виклик для науковців гуманітарної сфери.

Підсумовуючи, відзначимо, що блогосфера заслуговує на увагу спеціалістів політичних наук – зокрема тому, що за її посередництва у суспільстві презентуються і утверджуються певні моделі громадянської ідентифікації. Це стає особливо значущою проблемою в контексті зростання впливу медійних засобів мережі Інтернет і поширення цього впливу у найближчий час фактично на все населення України. Окремі зразки якісної блоггерської публіцистики доводять той факт, що в мережі Інтернет сформувався канал трансляції ідентифікаційних моделей і маркерів, який чекає на ретельне дослідження.

Література:

1. Українська молодь отримує інформацію з інтернету – опитування. Укрінформ. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrinform.ua/ukr/news/ukraiinska_molod_otrimue_informatsiyu_z_internetu__opituvannya_1813390
2. **Поцещов Г.** Від Faceook'у і гламуру до Wikileaks : медіа комунікації / Георгій Почещов. – К. : Спадщина, 2012. – 462 с.
3. **Ілляк Н.** Блогосфера як прояв „Громадянської” („Громадської”, „Народної”) журналістики / Н. Ілляк // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия „Филология. Социальные коммуникации”. – Том 25 (64), № 4. Часть 1. – Симферополь, 2012. – С. 223-229.
4. **Попов А.** Блоги. Новая сфера влияния / Антон Попов. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2008. – 336 с.
5. **Зими́на Л.** Блоги как составная часть медийного пространства : к вопросу о теории блогинга / Л. В. Зими́на // Журналистика в 2008 году : общественная повестка дня и коммуникативные практики СМИ : Сборник материалов всероссийской научно-практической конференции. – М. : Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова : Медиа, 2009. – С. 277-278.
6. Публіцистика. Стаття української мережевої енциклопедії „Вікіпедія”. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%83%D0%B1%D0%BB%D1%96%D1%86%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0>
7. **Супрун Л.** Концептуальність як домінуюча категорія публіцистичного дискурсу / Л. Супрун // Стиль і текст : Збірка статей [редкол. : В. Різун (голова) та ін.]. – Київський національний університет ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. – Вип. 8. – К. : ІЖ КНУ, 2007. – С. 47–59.
8. **Шевченко Л.** Українська блогосфера як дзеркало соціокультурних процесів. Результати дослідження користувачів „Живого Журналу” / Л. С. Шевченко // Вісник Львівського університету. Серія соціологічна. – № 4. – Львів, 2010. – С. 37–52.

9. „Кореспондент.net”. Блоги. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://blogs.korrespondent.net/>

10. Українська Правда. Блоги. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://blogs.pravda.com.ua/>

11. **Кулик В.** Дискурс українських медій : ідентичності, ідеології, владні стосунки / Володимир Кулик. – К. : Критика, 2010. – 655 с.

12. **Білоричка А.** Характеристики контенту блогу як репрезентації капіталів суб'єктів у блогосфері (на основі проведеного контент-аналізу) / А. С. Білоричка // Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки. – № 15. – К., 2010. – С. 108-113.