ISSN 2078-7324. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2014. Випуск 39. С. 240–247
Visnyk of the Lviv University. Series Journalism. Issue 39. P. 240–247

УДК 007:304:070

КОМУНІКАТИВНА РОЛЬ КОНВЕРГЕНТНИХ ЗМІ В СИСТЕМІ НОВИХ МЕДІА

Богдана Носова
Інститут журналістики
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
вул. Мельникова, 36/1, Київ, 04119, Україна, e-mail: journ@univ.kiev.ua

У статті йдеться про нові явища у системі конвергентних ЗМК. Зокрема, про комунікативну роль книжкових видань на підставі текстів у онлайнових медіа.

Ключові слова. Ідентичність, інтернет, комунікація, онлайн, нові медіа.

Розглядаючи комунікативну роль конвергентних ЗМІ в системі нових медіа, маємо на меті звернути увагу не лише на конвергентність традиційних якісних ЗМІ, що знаходять інноваційні шляхи в сучасній комунікації, яка базується на платформах цифрових медіа, а й проаналізувати явище зворотне. Використання можливостей цифрових медіа при виданні текстів медіа у книжках-збірниках. Така медіатизація книжкових текстів потребує додаткового вивчення.

Цифрові медіа не можемо розглядати окремо від такого явища, як онлайн платформи традиційних паперових видань. Прикладом якісного українського симбіозу традиційного і нового – конвергентного поєднання медіа, служить газета «День». Вона має у мовному вираженні українську, російську і англійську версії на паперових носіях та онлайн-платформі. Власна книжкова продукція газети також складається з видань українською, російською, польською, англійською мовами. Веб-сайт газети підтримується на трьох мовах. На сайті є колонка новин, блоги, «День-TV», що вміщує актуальні сюжети й студійні бесіди, фоторепортажі, анонси творчих акцій газети «День» – фотовиставка, зустрічі редактора зі студентами українських університетів, презентації книг, що містять публіцистичні статті газети, а також передруки праць видатних українських мислителів XIX і XX ст.

Тематика веб-сторінки газети «День» в окремих випадках ширша за паперовий варіант. Вона концентрується на гуманітарних, міжнародних, історичних, державотворчих, релігійних, економічних, містобудівних питаннях. Газета послідовна у висвітленні проблематики різноаспектних міжнародних зв'язків, зокрема, постійною є тема взаємодії Польщі та України на різних історичних етапах. Без претензій на послідовний історичний план автори публіцистичних розвідок створюють мозаїчну картину подій і фактів, що найменше досліджені істориками. Окремою темою позначені публіцистичні статті О. Пахльовської стосовно перебування відносин України і Польщі «у нових цивілізаційних контекстах» після падіння комуністичних режимів [1, с. 524]. Проблеми українського розмитого «віртуального» євроінтеграційного стану О. Пахльовська бачить так: «Якщо європейська перспектива не існує в культурній ментальності суспільства та його еліт, то й на інституційному рівні не може постати жодної переконливої програми інтеграції в Європу...» [1, с. 527].

© Носова Б., 2014

З такого наративу, власне, складається тематика якісних публіцистичних текстів, які задають суспільству європейську перспективу послідовно і невтомно, а також підносять українську ідентичність як процес, на який впливає польський досвід. Такий аксіологічний підхід властивий незначній частині українських медіа. Але він помітний і вагомий у комунікативному сенсі взаємодії автора і читача.

Український дослідник В. Кулик стверджує, що «саме інтернет є нині головним чинником підтримання української ідентичности поза межами України» [7]. Мета нашого дослідження показати роль цифрових медіа в політичній комунікації щодо української ідентичності.

Німецькі дослідники онлайн-журналістики В. Шнайдер і П.-Й. Рауе погоджуються з тим, що цей комунікативний засіб швидко змінює життя людей, змінює журналістику, але «у вужчому сенсі інтернет не медійний засіб, а швидше канал збуту. Він не має моралі, він не хороший і не поганий. Він транспортує все що завгодно, не зважаючи на особи і сенси» [16, с. 40]. Ці дослідники виділяють властивість інтернету вносити сум'яття в повсякденне життя людей, демократію, істину, стан можновладців, користування медіа. «Якщо газета – це комунікаційна вулиця з одностороннім рухом, то інтернет пропонує можливість діалогу з щонайменшою затримкою: я пишу – мій читач негайно реагує – і навпаки», – цим фактом німецькі автори ілюструють зміни, що їх вносить у журналістику інтернет [16, с. 43].

Надзвичайно динамічне поняття ідентичності маємо на меті розглянути на ґрунті теоретичних праць Е. Сміта [13], М. Гібернау [3].

Мультинаціональність і мультикультурність нинішньої України відкриває можливості не тільки для ознайомлення, а й засвоєння (сприйняття та споживання) потужних інформаційних потоків в країні та за її межами. Колективне чуття національного потерпає від глобалізаційного тиску ідеології сусідів, що не завжди носить індеферентний характер, а спрямований на розмивання або підпорядкування української ідентичності.

Помаранчева революція у 2004 р., а потім Євромайдан, що розпочався у листопаді 2013 р., Українська революція гідності у лютому 2014 р. та російське захоплення Криму й інтервенція в Донецькій і Луганській областях у 2014 р. змушують світ по-новому сприймати українську історію та ідентичність.

Методи нашого дослідження ґрунтуються на вивченні текстів, наприклад, контент-аналізу комунікативних намірів, мета-аналізу. Також, використано історико-порівняльний метод і загальнонауковий метод системного аналізу. Кожен із цих методів дає підставу розширювати платформу методів дослідження, осучаснювати її відповідно до матеріалу дослідження. Оскільки матеріалом слугують тексти електронних медіа – то філософія нових підходів зміщується до виділення актуальних ідей, які подають автори у своїх творах. Є. М. Томпсон у праці «Трубадури імперії» слушно зауважила, що «література є дуже важливим будівельним блоком і водночас засобом вираження національної ідентичності» [15, с. 31]. Перефразовуючи сказане, можемо стверджувати, що публіцистика в якісних українських виданнях відіграє таку саму відповідальну роль.

Сучасний погляд на формування ідентичності висловив у своїх працях український історик Я. Грицак: «Дані соціологічних опитувань говорять про те, що, попри очевидний розкол українського суспільства, по всій Україні й у кожному регіоні зростає частина населення, яка добровільно й охоче 1) ідентифікує себе з країною, в якій живе; 2) вважає себе українцями; 3) підтримує політичну самостійність України та 4) пов'язує свої інтереси з її майбутнім... Відповідно,

кількість противників кожної з чотирьох опцій в українському суспільстві становить виразну меншість» [6, с. 171].

Аналітичний погляд на проблему дає підстави вважати початком нового сприйняття ідентичності в українській історіографії – референдум про проголошення незалежності України в 1991 р. Тоді було отримано більш як дев'яносто відсотків голосів за від'єднання від СРСР. Хоча сьогодні, повертаючись у ту історичну дійсність, маємо уважно поставитися до окремих цифр: у Донецькій області Акту незалежності сказали «так» 83,9%; у Луганській – 83,8%; АР Крим – 54,1%; м. Севастополі – 57,0%. Тобто, звіт про подію такого масштабу показав, що не всюди в Україні відбулося подолання кризи ідентичності. Фахівці із державного управління відзначають слабку діяльність державних інституцій у плані ідеологічної присутності на цих територіях української ідеї і патріотизму впродовж усіх років української незалежності. Ця криза проявилася у ставленні населення цих територій до української держави й її захисту під час російської агресії та анексії Росією Криму. Натомість РФ військовим наступом на українську територію продовжує «відтворення імперії, розпочате ще до краху СРСР, що набуло військового характеру з перших днів існування суверенної Росії, здійснюється вже в очевидний спосіб. Пояс сепаратистських утворень являє собою квазі-Грузію, квазі-Молдову, квазі-Україну. Справжнім державам нав'язується несправжній суверенітет, неповноцінна міжнародна правосуб'єктність» [17].

Динамічний розвиток інтернет-комунікації в українському сегменті підтверджує статистика. «Частка регулярних користувачів мережі Інтернет, які відвідували ресурс, принаймні, один раз за місяць, в першому кварталі 2014 року порівняно з аналогічним періодом минулого року зросла – до 53,4% населення України». Про це йдеться в повідомленні прес-служби Інтернет асоціації України (ІнАУ) з посиланням на дані дослідження, проведеного агентством InMind [2].

Все сказане вище формує актуальність вибраної теми. Значення проблематики цієї статті пов'язано з тим, як розвиток інтернету стимулює зародження і розвиток нових медіа, їх комунікаційний вплив в українському суспільстві. На прикладі мультимедійної платформ газети «День» – це поступовий розвиток видання, відповідно до вимог часу. На прикладі реакції громадян на важливу подію в країні – це миттєве спонтанне листування у соціальних мережах – Facebook, Twitter, обмін думками, вироблення тактики вчинків. Важливість обраної теми статті обумовлена теоретичними напрацюваннями Дж. Гола про онлайн-журналістику [5], Р. Ленема про важливість електронного слова [8], А. Менцвеля про інструменти мультимедійної комунікаційної революції [10].

Про початок активних змін у цифрових медіа написав український консультант з політичних інтернет-комунікацій М. Саваневський у своєму блозі на «Українській правді». Зміни стосувалися посилення активності в політичній комунікації в період з 21 листопада 2013 р. В цей день близько 15-ї години стало відомо, що український уряд вирішив призупинити переговори з ЄС, щодо підписання Угоди про асоціацію між Україною та Європейським союзом. Протягом наступних півгодини про це повідомили топові інтернет ЗМІ. І, як пише М. Саваневський: «...ближче до 16.00 відбувся гігантський стрибок у відвідуванні новинарних ЗМІ. 21 та 22 листопада мали найвищий рівень відвідуваності українських онлайн-ЗМІ за всю історію спостережень. Наприклад, відвідуваність «Української Правди» зросла майже вдвічі (за даними liveinternet)» [12].

Про зростання ролі цифрових медіа в політичній комунікації свідчить той факт, що короткий заклик журналіста М. Найєма у соціальній мережі Facebook

«Зустрічаємося в 22:30 біля монумента Незалежності...» швидко поширився. Вийти на Майдан Незалежності – центральну площу Києва, тих, хто не згодний з відкладенням переговорів з ЄС, закликали й інші журналісти, громадські активісти, проукраїнські депутати парламенту. М. Саваневський слушно зауважує, що в соціальних мережах люди довіряють думці тих, до кого прислухаються, кого вважають авторитетним, хто є їхнім родичем, другом: «Саме тому роль соціальних мереж в критичних суспільних ситуаціях є визначальною. Не заклик Кличка/ Яценюка/ Тягнибока/ Луценка впливає на те, чи вийде людина на акцію протесту – а те, чи її друзі готові це зробити або люди, яким вона довіряє. Є користувачі, які мають велику аудиторію прихильників. Тому, коли Мустафа Найем, Роман Шрайк, Андрій Шевченко, Леся Оробець та сотні інших людей написали, що йдуть на Майдан – пішли тисячі. Бо довіряють їм» [12].

Фейсбук поступився Твіттеру. Події 21 листопада розвивалися швидко і їх відображенню відповідали можливості короткої миттєвої інформації у Twitter: «З 21 по 28 листопада #євромайдан був найпопулярнішим хештегом в Україні. Інтенсивність публікацій з його використанням сягала до 1500–3000 повідомлень на годину» [12]. За підрахунками різних дослідників події Євромайдану – Революції Гідності у 2013–2014 рр. висвітлювали в онлайновому режимі кореспонденти телебачення й радіо, що викладали свої відеосюжети за майже 20 адресами. Крім «5 каналу» та телеканалу новин «24», в YouTube можна було дивитися «hromadske.tv», «Еспресо.TV», окремі стрімери також надавали стрім-трансляцію всього, що відбувалося в Києві на Майдані Незалежності. На думку дослідника М. Саваневського, «найбільш вражаючий вплив зробила гримуча суміш «Української Правди» та «Радіо Свобода». Перша – надала мегапопулярний майданчик, друга – вела пряму відеотрансляцію з найгарячіших місць події». Журналісти нових цифрових медіа, користувачі соціальних мереж виступили каталізаторами проявів української ідентичності. Люди відчули мобілізуючий фактор медіа і вийшли на 100 тисячний мітинг 24 листопада 2013 р. в Києві. Традиційні медіа, які підтримували євроінтеграційні прагнення українського народу, також відіграли свою позитивну роль. Але багато дослідників вважають ключовою роль нових цифрових медіа та соціальних мереж.

У вересні 2014 р. під час проведення Форуму видавців у Львові українська письменниця О. Забужко разом із упорядниками й видавцями презентувала книжку «Літопис самовидців. Дев'ять місяців українського спротиву». Цей проект виник унаслідок нового прочитання повідомлень у цифрових медіа. У тексті від упорядника говориться про те, що другий український Майдан почався в соціальних мережах. «...саме фейсбук найоперативніше інформував і допомагав зібрати людей, а згодом – кошти на потреби постраждалих майданівців і відродженої силами самих українців армії» [9, с. 4]. Ця книжка – як жива ілюстрація національної історичної пам'яті, як сама історія змін психології людей у часи мирного протесту й національно-визвольної війни. Понад сотня авторів, чиї твори вміщено в книжці, були учасниками й свідками найтрагічніших подій нової української історії. В їх розповідях, поезіях, коментарях, інформаціях – мозаїчний портрет української ідентичності. Ідентичності, що вийшла за межі теоретичних стандартів. Ідентичності, народженої національною єдністю, високою гідністю патріотів. «Створюється нова інфраструктура нації», – написав один із авторів про події Другого Майдану [9, с. 32]. Важливість цього книжкового проекту полягає в тому, що він дав можливість ознайомитися з думками і почуттями багатьох простих свідків надзвичайних подій в українській сучасній історії. Ознайомитися попри володіння/ не володіння доступом до цифрових ме-

діа. Важливість проекту в тому, що він задокументував живу історію. Живу історію можна забути, а можна загубити, упорядники цієї книги пояснюють чому: через особливі налаштування соцмереж, через старання адміністраторів із сусідньої держави, які покликані «блокувати, стирати, переписувати нашу живу історію» [9, с. 4].

«Вирубалася й вирубається» жива історія з цифрових медіа тому, що це продовження політики радянізму, що фальсифікувала українську історію впродовж перебування України в складі СРСР. Цей вплив стереотипів, імперських радянських міфів про неможливість існування України поза російською дійсністю і їхньою державою продовжується, навіть підкріплюється військовою агресією. У таких умовах політичної комунікації твориться українська ідентичність. Цифрові медіа – вдалий інструмент у цьому процесі.

Значна частина публікацій в «Українській правді» під рубрикою «Історична правда» об'єднані ідеєю модернізації українського характеру, безповоротністю української ідентичності. Одна з найновіших публікацій у 2014 р. – інавгураційна промова американського історика Т. Снайдера з нагоди початку нового навчального року в Українському католицькому університеті у Львові – яскравий прояв інтеграційного гуманітарного проекту. Професор Єльського університету, один із найавторитетніших знавців Східної Європи, який багато зусиль доклав до вивчення найновішої української історії вважає, що «Історик не володіє істиною, він не обов'язково її знайде, але він її шукає». Організована ним міжнародна конференція «Мислити з Україною» (Ukraine: ThinkingTogether) в травні 2014 р. знайшла широке відображення у цифрових медіа: на веб-сайті Києво-Могилянської Академії, видання «Критика», поширювалася у Facebook. Ідея виступу Т. Снайдера стосувалася української нації як європейської, а отже й українського майбутнього як європейського. «Я розповідаю про те, як змінилася природа європейського виклику, і в чому, на мій погляд, він полягає нині», – сказав Т. Снайдер [14, с. 39].

Хочемо зауважити про вияв конвергентності між цифровими медіа й паперовим відображенням у даних випадках у вигляді книг. З грудня 2013 р. по серпень 2014 р. Т. Снайдер опублікував кілька статей щодо українських подій в контексті європейської історії. Їх тексти діставалися до українського читача з різний сайтів європейських видань. Тепер вони, а також текст лекції на міжнародній конференції зібрані у книзі «Українська історія, російська політика, європейське майбутнє» [14].

Є ще один аспект, малодосліджений українськими вченими, що стосується використання цифрових медіа в комунікації. Маємо на увазі роль інтелектуальних авторитетів нації, їхнього впливу на нові акценти української ідентичності. Наприклад, 24 серпня 2014 р. в День Незалежності України відбувся грандіозний святковий концерт найпопулярнішої української рок-групи «Океан Ельзи» у Львові на стадіоні «Арена-Львів», який транслював у прямому ефірі телеканал «1+1». Але вперше плей-лист для цього концерту склали самі глядачі. Напередодні на сайті телеканалу «1+1» відбулося онлайн-голосування – інтернет-користувачі обрали 23 пісні, які «Україна почула в свій День народження». Лідер групи С. Вакарчук сказав між виконанням хітів багато важливих слів про єдність народу, про віру в майбутнє держави. Переповнений 40-тисячний стадіон в єдиному пориві співав Гімн України посеред програми концерту [11]. Це була імпровізація лідера гурту. Раніше 14 грудня 2013 р. група «Океан Ельзи» дала безкоштовний концерт на Майдані Незалежності у Києві. Напередодні концерту лідер гурту С. Вакарчук написав у своєму Twitter: «Важливі речі об'єднують».

Відео та фото з того концерту, коли близько 200 тисяч людей (за неофіційними підрахунками), що зібралися на центральній площі столиці України, й співали разом національний гімн, було розтиражоване у соціальних мережах [4].

Цифрові медіа в політичній комунікації сприяли новим проявам української ідентичності, її новому формуванню в нових політичних реаліях. Цифрові медіа опинилися в авангарді оперативного інформування про події політичного життя держави. Політичні, громадські і державні інституції зробили акцент на комунікацію з громадянами через інтернет, зокрема, соціальні мережі, блоги та колонки в онлайнових медіа. Творення політичних змін в державі можна спостерігати в прямому ефірі, а саме через відеостріми з місця події в режимі реального часу як, наприклад, під час Євромайдану – Революції гідності у Києві. Під час окупації Криму в Youtubeрегулярно й оперативно з'являлися аматорські відеорепортажі як прояв громадянської журналістики (CitizenJournalism) та професійні журналістські відеорепортажі, що в деталях висвітлювали перебіг подій.

З початком російського вторгнення на Схід України в Донецьку і Луганську області у соціальних мережах, насамперед, у Facebook активізувався добровільний волонтерський рух для збору коштів і ресурсів, щоб допомогти українській армії, лікуванню поранених військових, підтримати сім'ї загиблих захисників держави, та цивільних громадян – переселенців та біженців із міст, охоплених війною, чиї будинки були зруйновані внаслідок російської агресії.

Політичні і соціальні перетворення й проблеми 2013–2014 рр. об'єднали українських громадян у спільній меті та ідеї боронити державу від ворога та агресора, відстояти свою незалежність кожен на своєму місці. Інтернет, цифрові та соціальні медіа виявилися найоперативнішим та найзручнішим засобом зв'язку, поширення ідей та інформації. Водночас вони стали допоміжним засобом для об'єднання нації, посилення української ідентичності.

Комунікативну роль конвергентних ЗМІ в системі нових медіа варто розглядати не лише за усталеною схемою: традиційне видання з його цифровими додатками. Зрозуміло, що саме оновлення традиційних медіа дало початок назві конвергентні ЗМІ. Але подальший розвиток показує, що є цікавий рух і в зворотному порядку. Тобто, на підставі текстів із цифрових платформ можна створювати інтелектуальні проекти у вигляді книжкових збірників. У статті ми вперше в українському журналістикознавстві проаналізували таке явище на прикладі двох видань: «Літопис самовидців. Дев'ять місяців українського спротиву» і «Українська історія, російська політика, європейське майбутнє» Т. Снайдера. Звісно, що ця тема потребує нових досліджень.

Список використаної літератури

1. Війни і мир / За загальною редакцією Л. Івшиної. – К.: ПрАТ «Українська прес-група», 2012. – 560 с.
2. В Україні побільшало користувачів інтернету [Електронний ресурс] // УНІАН. Інформаційне агентство. – 22.05.2014. – Режим доступу: http://www.unian.ua/science/920824-v-ukrajini-pobilshalo-koristuvachiv-internetu.html. – Дата доступу: 26.09.2014.
3. Гібернау М. Ідентичність націй / М. Гібернау. – К.: Темпора, 2012. – 304 с.
4. Гімн України на Євромайдані (Океан Ельзи) [Електронний ресурс] // Youtube, День-TV. – 14.12.2013. – Режим доступу: http://www.youtube.com/watch?v=yJHt_nj1iEw. –Дата доступу: 27.09.2014.

5. Гол Дж. Онлайнова журналістика / Дж. Гол; Пер. з англ. К. Булкін. – К.: «К.І.С.», 2005. – 344 с.
6. Грицак Я. Страсті за націоналізмом: стара історія на новий лад / Я. Грицак. – К.: КРИТИКА. – 2011. – 352 с.
7. Кулик В. Світова мережа й національна ідентичність [Електронний ресурс] / В. Кулик // Критика: Часопис.– Грудень 2011. – Режим доступу: http://krytyka.com/ua/print/articles/svitova-merezha-y-natsionalna-identychnist. – Дата доступу: 15.04.2014.
8. Ленем Р. А. Електронне слово: демократія, технологія та мистецтво / Р. А. Ленем; Пер. з англ. А. Галушка. – К.: Ніка-Центр, 2005. – 376 с.
9. Літопис самовидців: Дев'ять місяців українського спротиву / Автор проекту Оксана Забужко, упорядник Тетяна Терен; передмова Світлани Алексієвич. – К.: КОМОРА, 2014. – 312 с.
10. Менцвель А. Антропологічна уява / А. Менцвель. – К.: Юніверс, 2012. – 380 с.
11. Океан Ельзи. Концерт у Львові. Гімн України[Електронний ресурс] // Youtube, Телеканал 1+1. – 24.08.2014. – Режим доступу: http://www.youtube.com/watch?v=sD2iUu-9paA. –Дата доступу: 27.09.2014.
12. Саваневський М. #євромайдан: українська цифрова революція та останній шанс аналоговим політикам стати цифровими [Електронний ресурс] / М. Саваневський // Українська правда. Блоги. – 29.11.2013. – Режим доступу:http://blogs.pravda.com.ua/authors/savanevsky/5298980715e65/. – Дата доступу: 27.09.2014.
13. Сміт Е. Д. Національна ідентичність / Е. Д. Сміт; Пер. з англійської П. Таращука. – К.: Основи, 1994. – 224 с.
14. Снайдер Т. Українська історія, російська політика, європейське майбутнє / Т. Снайдер. – К.: ДУХ І ЛІТЕРА. – 2014. – 232 с.
15. Томпсон Е.Трубадури імперії: Російська література і колоніалізм / Е. Томпсон.– К., 2006. – 368 с.
16. Шнайдер В., Рауге П.-Й. Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики / В. Шнайдер, П.-Й. Рауге; Пер. з нім. В. Климченко; за заг. ред. В. Іванова – К.: Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2014. – 358 с.
17. Шушарін Д. Зрозуміти Росію [Електронний ресурс] / Д. Шушарін // День : щоденна всеукр. газ.– 24.09.2014. – Режим доступу: http://www.day.kiev.ua/uk/blog/politika/zrozumiti-rosiyu. – Дата доступу: 25.09.2014.

COMMUNICATIVE ROLE OF THE CONVERGENT MEDIA IN THE SYSTEM OF NEW MEDIA

Bogdana Nosova
Institute of Journalism
Taras Shevchenko National University of Kyiv
str. Melnikova, 36/1, Kyiv, 04119, Ukraine,
e-mail: journ@univ.kiev.ua

The article is devoted to the new developmentsin the system ofconvergentmedia.In particular, it deals thecommunicative roleof the bookeditionsbased on the texts fromonline media.

Key words: Identity, Internet, Communication, Online, New Media.

КОММУНИКАТИВНАЯ РОЛЬ КОНВЕРГЕНТНЫХ СМИ В СИСТЕМЕ НОВЫХ МЕДИА

Богдана Носова
Институт журналистики
Киевского национального университета имени Тараса Шевченко
ул. Мельникова 36/1, Киев, 04119, Украина,
e-mail: journ@univ.kiev.ua

В статье речь идет о новых явлениях в системе конвергентных СМИ. В частности, о коммуникативной роли книжных изданий на основании текстов в онлайн-медиа.

Ключевые слова: идентичность, интернет, коммуникация, онлайн, новые медиа.