

РОЛЬ СУСПІЛЬНИХ ЕЛЕКТРОННИХ МЕДІА У ПОЛІТИЧНІЙ ІНТЕРАКЦІЇ

*Яковлев Д. В. д. політ. н., професор,
Колотвін П. О., аспірант*

Актуальність досліджень взаємодії між суспільством, мас медіа та державою обумовлена як технологічним розвитком електронних ЗМІ, так і проблематичністю свободи слова як необхідного атрибуту демократичної політичної системи у нашій країні.

У сучасній системі мас медіа особлива роль належить телебаченню, яке, завдяки масовій аудиторії, здатне формувати порядок денний та впливати на громадську думку. Проте, останнім часом говорять про інформаційну альтернативу телебаченню - мережу Інтернет, що представляє собою мультимедіа, де поєднуються аудіовізуальні та друковані засоби передачі інформації.

Політичні наслідки зростання ролі та впливу електронних мас медіа, таких як телебачення та Політичний Інтернет на суспільство суперечливі і неоднозначні.

Інтернет дозволяє знімати географічні і структурні обмеження прямої політичної участі, колективної дії, усувати дистанцію між громадянами й особами, які ухвалюють рішення, розширювати горизонти громадянської культури, підвищувати поінформованість громадян про діяльність уряду, багаторазово збільшувати можливості політичної комунікації, створюючи передумови для росту громадянської активності.

Сучасні технології електронних мас медіа сприяють здійсненню політичних дебатів і діалогу між індивідами й суспільними групами, які займають протилежні позиції.

Електронні мас медіа виступають механізмом підтримання конкуренції за державну владу, зокрема вони:

- змінюють систему представництва громадянських інтересів;
- створюють "гіперреальність" (Ж. Бодріяр);
- перетворюють політику у медіа-процес;
- віртуалізують політичний простір;
- створюють нові форми комунікації у сфері публічної влади [Див. детал.: 12, 168].

Необхідно враховувати, що сучасні інформаційні технології роблять суспільство більш вразливим перед політичним контролем, сприяють вдосконаленню інструментарію політичного панування, створюють потенційну можливість авторитарної соціалізації і маніпулятивного впливу на особу.

Виборці в умовах відсутності обговорення серйозних політичних проблем позбавляються зацікавленості у раціональній аргументації у ході політичної боротьби. Головною причиною цього можуть стати комерційні відносини у сфері електронних мас медіа. Комерційні Інтернет-ЗМІ, як і комерційні телеканали, орієнтуються, в першу чергу, на отримання прибутку. Якщо телеканали отримують прибуток від реклами, то комерційні Інтернет-ЗМІ отримують прибуток від замовних статей.

На наш погляд, подібне ставлення до Інтернет-користувача може серйозно позначитися на його політичних вподобаннях. Після сприйняття спотвореного інформаційного продукту, який створюють комерційні електронні мас медіа, говорити про свободу вибору не доводиться, оскільки особа, у такому разі, приймає рішення і віддає свій голос на виборах, не володіючи всією повнотою інформації. А це не сприяє утворенню простору раціонального політичного вибору.

Виходячи з цього, для будь-якої держави, у тому числі і для України, зберігається загроза маніпуляції громадською думкою з боку політичних рухів, ідеологія яких далека від демократичних принципів.

Свобода слова у новинах та політичних програмах телебачення виступає важливим чинником демократизації як політичного простору, так і усіх суспільних відносин, особливо у добу становлення глобального комунікаційного простору сучасності. Саме завдяки телебаченню громадяни одержують політичну й іншу інформацію, яка стає основою оцінки політиків та громадських діячів, виступає складовою їх раціонального політичного вибору.

Сталий розвиток вільних засобів масової інформації для нашої країни вже більше вісімнадцяти років залишається актуальною проблемою, пов'язаною не лише із демократизацією політичної взаємодії та недоліками правового поля, а і з економічними мо-

делями діяльності ЗМІ, моральною складовою журналістської професії тощо. Зокрема, нагальною проблемою є утворення передумов для появи телебачення, доля якого не залежала би від економічних груп чи окремих інвесторів. Усе вищезазначене свідчить про необхідність глибокого комплексного дослідження запропонованої теми, окремим аспектам якої присвячено дану роботу.

Великий вплив на сучасні дослідження політичної комунікації мала концепція інформаційного суспільства, створена колективними зусиллями таких авторів, як Д. Белл, З. Бжезінський, М. Маклюен, І. Масуда, А. Тоффлер, Дж. Несбит, М. Кастельс, Г. Уебстер та ін. Згідно цієї теорії сучасне суспільство, на відміну від індустріального, характеризується виробництвом, обміном і вжитком масової інформації. Очевидно, що в такому суспільстві роль і значення засобів комунікації складно переоцінити.

В Україні питання правового забезпечення становлення інформаційного суспільства регулює Національна програма інформатизації, прийнята Верховною Радою України у 1998 р. та Закон України “Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 рр.” від 9 січня 2007 року [Див. детал.: 5].

У ньому, зокрема, розвиток інформаційного суспільства в Україні визначається одним з пріоритетних напрямів державної політики та формулюється основне завдання розвитку інформаційного суспільства в Україні: “Основним завданням розвитку інформаційного суспільства в Україні є сприяння кожній людині на засадах широкого використання сучасних ІКТ-можливостей створювати інформацію і знання, користуватися та обмінюватися ними, виробляти товари та надавати послуги, повного мірою реалізуючи свій потенціал, підвищуючи якість свого життя і сприяючи сталому розвитку країни на основі цілей і принципів, проголошених Організацією Об’єднаних Націй, Декларації принципів та Плану дій, напрацьованих на Всесвітніх зустрічах на вищому рівні з питань інформаційного суспільства (Женева, грудень 2003 року; Туніс, листопад 2005 року) та Постанови Верховної Ради України від 1 грудня 2005 року “Про Рекомендації парламентських слухань з питань розвитку інформаційного суспільства в Україні” [8].

Для України, яка знаходиться на підготовчій стадії побудови інформаційного суспільства, характерними ознаками є:

- зменшення ролі ідеологій у суспільному житті. Так, більшість політичних партій фактично відмовились від чіткого позиціонування в ідеологічному просторі, що, проте, не заважає деяким з них отримувати стабільну електоральну підтримку в ході виборчих кампаній;

- низький рівень інформатизації як країни в цілому, так і органів державної влади, в яких переважає паперовий документообіг;

- фактична відсутність механізму “зворотного зв’язку” у вертикальній комунікації та нерозвиненість горизонтальної політичної комунікації, централізація влади, спрямованість інформаційних потоків “зверху вниз”;

- інформаційний простір, що склався в Україні, поділено між групами впливу (фінансово-промисловими групами) та органами державної влади і місцевого самоврядування, які виступають в ролі засновників чи співзасновників мас медіа [13]. Проте в інформаційному полі відсутня позиція, яка б репрезентувала інтереси суспільства. Як свідчить досвід деяких країн, цю найважливішу інформаційну нішу має зайняти суспільне телебачення.

Утворення відкритої демократичної моделі відносин мас медіа із суспільством та владою залишається для української політичної системи питанням майбутнього. Однією із важливих складових цього процесу, на думку автора, виступає створення суспільних мас медіа. Ця тема ставала предметом окремих наукових досліджень, окремих правових положень (зокрема, Закон України “Про систему суспільних ЗМІ” та політичних дискусій (у тому числі парламентських слухань) [Див. детал.: 9]).

При цьому недостатньо уваги приділялось такій важливій складовій сучасних медіа як інтерактивність, її сутності та політичній ролі у процесі демократизації, функціям у діяльності суспільних медіа. Слід зазначити, що феномен інтерактивності не можна розуміти як суто технічний й технологічний феномен, він перетворюється на один із головних елементів сучасної політичної взаємодії за посередництвом мас медіа.

Відомий англійський філософ Карл Поппер констатував, що телебачення „перетворилося для демократії в дуже потужну силу. Жодна демократія не зможе вижити, якщо не буде покладений край зловживання силою телебачення...” [Цит. За: 7]. Крім того, на думку К. Поппера телебачення може зруйнувати культуру, цивілізованість: “Прогрес культури можливий в тому випадку, якщо ведеться боротьба з насильством, усередині країн і перш за все в наших будинках. Телебачення являє собою загрозу всьому цьому. Журналіст не усвідомлює своєї виховної ролі, не усвідомлює своєї величезної влади над Розумом” [Цит. За: 7].

Телебачення набуло необмеженої влади над суспільною свідомістю, пропагуючи певні етичні норми і цінності як основу повсякденного життя. Проте орієнтація комерційного телебачення виключно на рейтинг корінним чином змінила цілі і завдання телебачення, змістивши акценти у бік розважальних програм.

Велика кількість зайвої інформації унеможлиблює сприйняття корисної для громадянина інформації, ускладнює прийняття раціонального політичного рішення, чим можуть скористатися певні політичні сили. Крім того, необхідно враховувати процес віртуалізації політичного простору сучасності: партії та лідери сприймаються як бренди, створені за законами інформаційних технологій і, в першу чергу, саме за законами телевізійних технологій, що забезпечують рейтинг та відповідають формату. Можна погодитись з думкою російського дослідника О. Соловйова, що “Боротьба за владу у політиці перенеслась з формування ідеологій, у сферу формування іміджів” [11, 7].

Все вищезазначене може вкрай негативно позначитися на розвитку демократії. Особливо небезпечними такі процеси стають у країнах, що здійснюють перехід до демократії в умовах відсутності запобіжників у вигляді громадянського суспільства, правових норм та політичних традицій взаємодії еліти та суспільства.

Відомий політик, колишній президент ФРН Р. фон Вайцекер у 1996 стверджував, що сила засобів масової інформації має „для демократії сумнівний вплив” [Цит. за: 4, 14]. Вона представляє особливо велику небезпеку, якщо підпадає під однобічний політичний вплив або зближується з політичною владою. На жаль,

саме це можна зараз спостерігати у відносинах між політичною журналістикою та владою у нашій країні.

Власники засобів інформації, що мають великі політичні амбіції можуть так використовувати їх у власних інтересах, що опиняються біля керма державної влади. У країнах з диктаторськими і авторитарними режимами влада розпорядження ЗМІ грає центральну роль. Навіть у країнах з міцною партійною демократією, і з існуючою системою суспільного мовлення, при довготривалій перевазі однієї з партій і сильної особи політика можуть статися вельми небезпечні події.

Починаючи з кінця 90-х років ХХ сторіччя в Україні ведуться дискусії пов'язані з організацією суспільного телебачення. Проте сьогодні "український телевізійний простір поділений між групами впливу (фінансово-промисловими групами) та органами державної влади, які виступають у ролі засновників чи співзасновників телеканалів. За рахунок цього українські політичні партії та їх лідери, які мають пряме відношення до груп впливу, фактично відмежувались від чіткого позиціонування в ідеологічному просторі, що, завдяки медіа-технологіям, не заважає їм отримувати електоральну підтримку в ході виборчих кампаній" [13, 147].

Якщо розглядати моделі організації діяльності телебачення, то можна назвати дві моделі: комерційну та суспільну, які, на перший погляд, виключають одна одну, проте їхня спільна мета функціонування - забезпечення протягом тривалого періоду економічної та політичної незалежності мас медіа.

Розглянемо спочатку комерційну модель, яка розвивалась у США (зокрема, такі студії як CBS, NBC та ео.). Її зміст полягає у тому, що телевізійні канали отримують прибуток з реклами, створення замовних телепрограм і торгівлі авторськими правами. Програмна політика подібних телевізійних каналів спрямована, у першу чергу, на залучення масового глядача, що дозволяє отримувати фінансові ресурси з боку рекламодавців. Природно, що в таких умовах діяльність телеканалу спрямована на інтереси і смаки масової аудиторії, більшості населення. Критики комерційного телебачення вважають, що у таких умовах мас-медіа є серйозною антидемократичною силою у суспільстві, оскільки програми не-

вин та інші політичні програми скоріше розважають, ніж інформують, поширюючи чутки, скандальні повідомлення, відтворюючи цінності "масового" глядача. Відеоряд у таких програмах зазвичай складається з проявів насильства, що шокують аудиторію, або надзвичайних подій. З метою привернути увагу широкої аудиторії, та отримати прибуток від рекламодавців, на комерційних каналах часто транслюють скандальні (або псевдо-скандальні) програми, фільми й телесеріали, які не сприяють інтелектуальному розвитку громадян, їх політичній освіті та раціональному політичному вибору.

Таким чином, комерційне телебачення призводить до відсутності серйозного обговорення проблем. Так, на думку А. Фог, коли демократичний діалог відсутній, виборці залишаються заручниками політичної пропаганди, яка містить безглузді гасла, що позбавляють виборців зацікавленості до раціональної аргументації у ході політичної боротьби та "переповнює їх цинізмом" [Цит. За: 4, 15].

У більшості європейських країн, які пройшли етап комерціалізації ТБ, склалися змішані моделі телемовлення. Дозволивши розвиватися комерційному телебаченню, ці країни зберігають та цінують суспільне телебачення, яке виступає як "противага" комерційному і підтримує збалансованість телевізійної пропозиції. Протистояння суспільного і комерційного телебачення в країнах Західної Європи виявилось плідним не лише із політичної, а і з творчої точки зору. Конкуренція і пошук цільової аудиторії стимулює переваги кожної з цих моделей ТБ і зменшує їх недоліки.

Так, у Франції окрім трьох загальнонаціональних державних суспільних каналів - "Франс-2", "Франс-3" і "Арте" (спільний проект Франції та ФРН), функціонують два загальнонаціональних комерційних - ТФ1 і Мб, а також популярний платний супутниковий "Канал-плюс". Окрім того, кабельне телебачення дозволяє за помірну плату приймати велику кількість платних супутникових каналів, включаючи американський CNN і британський Sky news.

На нашу думку, саме така "змішана" модель виявляється найбільш бажаною для України.

Французька система суспільного мовлення фінансується лише за рахунок абонентської плати, як і у Великобританії. Телеканал ВВС фінансується за рахунок абонентської плати у формі ліцензії,

розмір якої визначається урядом після досліджень громадської думки. У 2002 році вартість такої ліцензії становила приблизно 90 фунтів. Систематична оплата користувачами абонентської плати є показником якості інформаційного продукту, що пропонується інститутом суспільного телебачення. Такий вид фінансування суспільного телебачення знайшов впровадження і в Японії (телерадіокомпанія „NHK”).

Основними джерелами доходів суспільного телебачення в Польщі є прибутки від реклами та абонементної плати, яка становить 119 злотих (близько 30 доларів США) з одного домогосподарства на рік. Це не надто великі гроші, враховуючи, що середньомісячна заробітна плата пересічного поляка становить 1400 злотих, а для пенсіонерів передбачені пільги.

Суспільне телебачення в Польщі має два наглядово-контрольні органи - Наглядову Раду та Програмну Раду. Перша складається з експертів-економістів чи юристів (але не з політиків), які обирають керівництво і наглядають за фінансовим становищем телеканалу. Друга рада відстежує, наскільки цікавим і якісним є інформаційний продукт, вносить відповідні пропозиції щодо його покращення. Основою для цієї моделі став досвід телерадіокомпанії ВВС.

Цікавим є досвід Литовської Республіки в частині встановлення заборони бути засновниками (співзасновниками) телекомпаній певними суб'єктами. Так, відповідно до статті 30 Закону про публічну інформацію власником телекомпанії не можуть бути політичні партії чи політичні організації, державні інститути (за винятком наукових та навчальних закладів), самоврядування, банки.

Слід зазначити, що навіть у розвинутих громадянських суспільствах існують певні проблеми у діяльності громадських телерадіоорганізацій. Вони у першу чергу пов'язані із неготовністю значного прошарку населення, особливо у країнах Східної Європи, особисто сплачувати за послуги суспільних телерадіоорганізацій.

У Німеччині є три джерела фінансування: 16% - держава (дотації, податок), 31% - громадянське суспільство (абонплата, пожертви) та 53% - ринок (реклама, спонсорські надходження, продаж послуг, авторських прав, вікторини, телемагазини тощо). У США співвідношення становить 12%, 12% і 76%. До речі, роз

міри абонплати визначає не держава, а незалежна комісія, до якої входять експерти, члени наглядових органів і представники політичних сил. Як ми бачимо з цих прикладів суспільні телеканали як в США так і в Германії мають державне забезпечення, і можуть частково заробляти ринковими методами.

У Німеччині суспільним телеканалам (ZDF, ARD) дозволено одержувати прибуток з реклами, проте час показу реклами на цих телеканалах законодавством обмежений, така ж ситуація характерна для суспільного телебачення в Іспанії. Деякі суспільні телеканали фінансуються за рахунок бюджету країни, однак головна відмінність від державних каналів у пострадянських країнах полягає у тому, що їх керівництво обирається безпосередньо трудовим колективом.

Таким чином, роль держави, можливість державних службовців впливати на редакційну політику зводиться до мінімуму. На таких каналах телепередачі можуть не мати високих рейтингів, проте вони повинні бути суспільно корисними. Це пов'язане з тим, що суспільні канали ставляться до глядача не як до споживача, а як до громадянина. Із цього приводу засновник ВВС Лорд Трейт говорив, що суспільне телебачення сприяє моралі й громадському порядку, що, у свою чергу, “з роками приносить відсотки у формі щасливих сімей, розвинутої культури й справжнього громадянства” [Цит. За: 4, 16]. Суспільне мовлення відіграє не лише культурно-освітню роль, але й має важливе суспільно-політичне значення, виступаючи гарантією інформаційного і політичного плюралізму, ідеологічного різноманіття.

З іншого боку, комерційне телебачення, як і приватні телеканали, не прагне до політичного різноманіття, керуючись лише метою одержання прибутку.

Саме тому сьогодні у нашій країні, за відсутності системи суспільних ЗМІ, зберігається загроза згортання демократичних процесів, встановлення авторитаризму.

На наш погляд, для розвитку демократії та громадянського суспільства в Україні великий потенціал несе саме європейська модель телеіндустрії, зокрема така форма організації взаємодії між суспільством, владою та мас-медіа, як суспільне телебачення.

На цей час існують кілька проектів створення суспільного телебачення в Україні. Національна комісія з утвердження свободи слова та розвитку інформаційної галузі при Президенті України ще у грудні 2006 року схвалила принципи запровадження стандартів суспільного мовлення в Україні, згідно цього рішення, система суспільного віщання повинна бути створена на основі державного телебачення (НТКУ), тобто передбачається фактична ліквідація державного мовлення та його заміна на суспільне мовлення. На каналі суспільного мовлення передбачається сформувати колегіальний орган управління. У формуванні цього органу буде приймати участь Президент країни, Верховна Рада, та громадські організації. При цьому затверджується, що механізм фінансування суспільного мовлення повинен гарантувати його незалежність. Хоча яким чином будуть реалізовуватись ці гарантії не уточнюється.

За інформацією Інституту стратегічних досліджень при Президенті України, подібного підходу до формування суспільного мовлення дотримуються, насамперед, представники коаліції громадських організацій “Суспільне мовлення”, до якої увійшли Незалежна асоціація телерадіомовників України, Громадська рада з питань свободи слова та інформація, ГО “Телекритика”, Інститут політики, Академія Української преси, Комітет “Рівність можливостей”, Київська незалежна медіа-профспілка та ін. Найбільш активними прихильниками цього підходу є, зокрема, А. Шевченко, Р. Скрипін, Т. Стецьків, С. Правденко, Н. Лігачова.

Другий поширений підхід передбачає збереження повноцінного державного мовлення та утворення на новій матеріальній й організаційній основі системи суспільного мовлення.

Практика розвинених країн Заходу, а також посткомуністичних держав Європи свідчить, що найбільш оптимальним підходом до формування системи суспільного мовлення є цілковита ліквідація державного мовлення та утворення на його матеріально-технічній основі суспільного мовлення з одночасним збереженням державного замовлення на телерадіопродукцію як однієї зі складових програмного наповнення суспільного мовлення. Проте, в НТКУ відсутній колегіальний орган управління, і фактично управління каналу залежить від політичної кон'юнктури в країні. На цей час

програмна політика каналу залежить від зовнішніх політичних факторів. Тому НТКУ зможе називатися суспільним телебаченням лише після того, коли законодавчо буде закріплено створення колегіального органу управління каналу. При цьому участь в організації цього органу повинно приймати суспільство, а не державні посадовці.

Втілення в Україні фінансування суспільного мовлення через абонплату може бути суттєво ускладненим через не готовність населення України нести додаткові витрати. Розбудові суспільного мовлення перешкоджає те, що в Україні не створені усі передумови для функціонування громадянського суспільства, ознакою якого є наявність численного заможного середнього класу, представникам якого притаманно брати активну участь в громадському житті країни та перейматися суспільно-політичними проблемами.

Сьогодні в країні відсутнє соціальне замовлення на створення проекту суспільного мовлення, а сам проект суспільного мовлення значно більше близький певним групам політичної еліти України, ніж широким верствам населення.

Таким чином, в суспільстві немає згоди щодо головного питання: хто має платити за послуги суспільного мовлення - держава чи громадяни? За логікою, фінансування незалежних від держави суспільних каналів мало б здійснюватися за рахунок громадян, тобто за рахунок конкретної абонентної плати. Але подібна форма оплати притаманна лише для економічно розвинутих країн з високим рівнем довіри громадян до національного суспільного телерадіомовлення.

У перехідному стані, в якому перебуває Україна, більш реальним видається фінансування суспільного телебачення і радіомовлення за рахунок державного бюджету, принаймні, на початковому етапі розвитку, із поступовим переходом на загальносвітові принципи, за рахунок спонсорських коштів недержавних благодійних фондів, продажі послуг, авторських прав тощо.

В умовах широкого застосування нових інформаційних і комунікаційних технологій великої актуальності являють собою дослідження пов'язані з технологічним розвитком електронних ЗМІ. Розмір української аудиторії користувачів Інтернету (унікальних

користувачів, які зробили більше одного перегляду сторінки за один місяць 2009 року, й користувачів, які переглядали сторінки у кожному місяці) становив 11,96 млн. осіб, що на 9,4% більше, ніж у лютому 2009 року. Географія розподілу Інтернет-користувачів у березні 2009 року показує, що в основному вони живуть у столиці й у великих містах - на 8 регіонів України в березні припадало понад 86% абонентів Інтернету. При цьому зі значним відривом від інших регіонів лідирує Київ, на який у березні припало 60,14% від усіх користувачів Інтернету в Україні. Далі йдуть Одеса (5,14%), Харків (5,39%), Дніпропетровськ (4,92%), Донецьк (4,82%), Львів (2,83%), Крим (2,80%), Запоріжжя (1,80%). Сумарна частка цих регіонів становила 24,9%. Загальний час, проведений українськими Інтернет-користувачами в глобальній мережі в березні 2009 року, становив понад 4,351 млрд. хвилин [14].

Для сучасного комп'ютерного користувача електронні засоби масової інформації стали структуроутворюючим елементом вільного часу. В середині цього вільного часу більше ніж двадцять років перше місце займало телебачення і лише останні роки його місце поступово став змінювати Інтернет [Див. детал.: 6]. Технологічні новації в області комунікації історично сприяли нарощуванню потоку інформації в двох вимірах: дальності і площі охоплення.

Інтернет може сприяти громадському будівництву завдяки своїм унікальним можливостям: окрім географічної дистанції, анонімний характер Інтернет-комунікації дозволяє долати расові, вікові, статеві і фізичні перешкоди, відкриває якісно новий спосіб комунікацій, знімаючи у свою чергу обмеження часових поясів і розпорядку дня. Деякі дослідники вважають, що традиційні ЗМІ з часом чекає мутація та злиття з Інтернетом. Практично кожний традиційний медіа-ресурс можна дивитися в on-line режимі в Інтернет, часто для того, щоб охопити максимальну кількість цільової аудиторії, традиційні друковані видання починають створювати свої Інтернет-версії, які вже мають значущі українські газети [Див. детал.: 6].

Всесвітня комп'ютерна мережа, інтегруючи всеохопність телебачення, оперативність радіо та багатство грандіозної всесвітньої бібліотеки, дозволяє не лише ковзати поверхнею новин, але й

проникати в такі глибини проблем, які раніш для багатьох були недоступні. Тобто маємо двобічний рух: до ширшого охоплення подій і водночас до більш глибокої їх інтерпретації. Тут необхідно відзначити безперечний прогрес, особливо з впровадженням технології блогівих стрічок, що дозволила створювати мережеві мас медіа. Принципи, на яких вони засновані, - інформація „від кожного до кожного” - характеризуються повною рівністю можливостей для відправників і одержувачів її, немислимим в „традиційних” ЗМІ [Див. детал.: 10].

Інтернет, на відміну від традиційних мас медіа (телебачення, радіо, преса) має велику кількість переваг:

- це дешевий ресурс як у створенні так і у доступі;
- мультимедіа, тобто поєднання тексту та зображення;
- відсутність обмеження на друкарський текст;
- можливість вільного розміщення відео і фото матеріалів.

Завдяки цим характеристикам, в мережі досить швидко з'явилися власні новинні ресурси. Інтернет-ЗМІ являються одними з найбільш дешевих, мобільних та оперативних засобів масової комунікації. Найважливішими якісними ознаками нової віртуальної реальності є її глобальність і інтерактивність. Інтернет не визнає умовностей державного суверенітету, форм політичної участі, ієрархічних структур, політичних партій і інших інституційних суб'єктів політики.

Політичні кампанії в Інтернет, проводяться під час виборчих кампаній і мають ряд переваг над іншими видами політичних комунікацій.

В першу чергу вони пов'язані із можливістю інтерактивного спілкування з виборцями, політичними активістами, засобами масової комунікації і іншими цільовими аудиторіями.

Крім того, вони дозволяють використовувати додаткові інструменти політичного впливу: збір грошей, вербування нових членів, проведення опитувань. Практично всі українські політики і політичні партії мають свої представництва в Інтернеті, утворюючи сегмент Політичного Інтернет, який можна поділити на декілька категорій:

- сайти, що складаються з декількох розділів та забезпечують політичній силі присутність в Інтернет-просторі. Як правило, такі

сторінки не оновлюються, включають офіційну біографію політичних лідерів, декілька фотографій та набір цитат з політичних виступів;

- професійні політичні сайти, створені за принципом телебачення: всі функції користувача зводяться до сприйняття. Вони складають більшість, але фактично перешкоджають ефективній взаємодії між політиком і громадянами;

- сайти політиків та політичних сил, які розуміють, що Інтернет - це інтерактивність, тобто взаємодія. Ці сайти надають прекрасні умови для зворотного зв'язку. Люди абсолютно різних політичних світоглядів можуть брати участь в дискусіях, інколи бурхливих. Часто на подібних сайтах проводяться Інтернет-голосування та опитування для з'ясування ставлення аудиторії до певного актуального питання політичного розвитку

На даний час в українському сегменті Інтернет існують десятки комерційних суспільно-політичних, аналітичних Інтернет-ресурсів, проте, враховуючи той факт, що більшість з них фінансуються політичними силами, то говорити про об'єктивність розповсюджуваної інформації не приходиться. Не дивно, що лише 4,7% громадян України повністю довіряють інформації з Інтернет.

Пов'язано це, не в останню чергу з тим, що проблеми розвитку та використання Інтернет практично не регулюються на законодавчому рівні. Відповідно до закону України "Про інформацію", під масовою інформацією розуміється „друкована та електронна інформація яка поширюється публічно... Друковані ЗМІ - це періодичні друковані видання (преса), тобто газети, журнали, бюлетені, а також разові видання із визначеним тиражем. Аудіовізуальні ЗМІ

- це радіомовлення, телебачення, але про Інтернет мова не йде. У зв'язку з цим з'являються великі можливості для розповсюдження інформації, яка за змістом не підходить для публікацій у традиційних ЗМІ. Більше того, оскільки Інтернет - один з головних продуктів світової глобалізації, деякі науковці вважають, що світове співтовариство знаходиться на порозі нового глобального різновиду тоталітаризму - інформаційного, або електронного [10, 86].

В цілому, можна зробити висновок, що не дивлячись на значний потенціал Інтернету з точки зору політичної реклами, в політичних кампаніях українських політиків віртуальний простір використо-

вується не повною мірою, а у більшості політиків та державних діячів немає чіткого усвідомлення тих можливостей та переваг, які може надати Інтернет.

Цікаву думку щодо взаємодії між політикою та світовою мережею має виконавчий директор компанії Google Е. Шмідт. Він вважає, що Інтернет змінить політику, і це факт, який доки не до кінця усвідомлюють учасники політичних процесів: "Процес виборів зміниться назавжди протягом п'яти років. Люди дізнаватимуться через Інтернет про все, що політики висловлювали публічно, користуючись пошуковими системами" [Цит. за: 3, 27]. Крім того, Е. Шмідт вважає, що в майбутньому вибори і політики, які нині залежні від телебачення, залежатимуть від Інтернет: "Політична потужність Інтернет має бути взята до уваги політиками. Сервіси, які з'являться протягом п'яти років, дозволять кожному виборцеві перевірити, чи сказав політик правду, порівнявши його слова з тим, що той говорив і робив раніше. Завдяки Інтернет, політики будуть завжди перед публікою, а не час від часу, у ході зйомок інтерв'ю і прес-конференцій" [Цит. за: 3, 27].

Деякі вчені вважають, що в осяжному майбутньому зміни, викликані все більш широким використанням мережевих комунікацій, можуть породити якісно нову політичну систему. З розвитком нових комунікативних технологій настає нова, третя велика епоха демократії. Відомий політолог Р. Даль відзначав, що телекомунікаційні технології грають ключову роль в створенні передумов «передового демократичного суспільства, в якому політичні рішення спираються на думки народу» [Цит. За: 2, 134].

З середини 90-х років минулого століття особливої актуальності набуває створення "Електронної демократії", яка може розглядатися як використання нових інформаційних і комунікаційних технологій державою, політичними партіями, громадськими об'єднаннями, окремими громадянами на користь зміцнення демократії, демократичних процесів і інститутів.

Політичний Інтернет виступає засобом не опосередкованих комунікацій між громадянами та владою, у результаті залежність громадян від представників, що обираються, партійних організацій і груп інтересів стає мінімальною.

Для Ради Європи електронна демократія стала ще одним засобом участі громадян у функціонуванні демократичних механізмів, які можуть допомогти відродити інтерес до політики і демократичного процесу. А це, у свою чергу дозволяє використовувати інструменти електронної демократії з метою розширення можливостей участі в політичному житті.

Характер інтерактивної комунікації мережі Інтернет забезпечує аудиторії своєрідне інформаційне партнерство, більші права в інформаційному обміні, широкі комунікативні можливості для розвитку діалогу. Це дозволяє суспільству брати участь у формуванні “порядку денного”, що створює умови для демократизації політичної комунікації в Інтернеті.

Традиційні засоби масової інформації працюють переважно в режимі інформаційного монологу (односторонньої комунікації), за допомогою якої відповідні структури впливають на розуми і підтримують контроль над підвладними суб'єктами. Інтернет може забезпечити постійний суспільно-політичний диспут з можливістю електронного зворотного зв'язку в реальному часі між владою і громадянами, і відкриє реальну можливість подолання ієрархизма владних структур. Отже, залежність громадян від партійних організацій і груп інтересів, які за допомогою фінансових ресурсів контролюють комерційний сегмент Інтернет-ЗМІ, може бути зведеним до мінімуму. Крім того, некомерційні web-ресурси зможуть сприяти подоланню негативної тенденції до зниження рівня політичної участі, особливо це відноситься до молодого покоління, яке в основному не виявляє зацікавленості до політики.

Цікавим прикладом цивільної освіти і суспільної ініціативи за допомогою Інтернету є американська Civic Practices Network (CPN). Мережа об'єднує зусилля ініціативних громадян і активістів різних організацій по всій країні. CPN - своєрідний електронний журнал і форум, що дозволяє ділитися власним досвідом і виробляти спільні підходи в області місцевого самоврядування і громадського будівництва (Електронний ресурс: <http://www.cpn.org/>). За ініціативою вчених Массачусетського технологічного інституту була розроблена інтерактивна база даних, яка дозволяє громадянам вільно додавати і отримувати інформацію, яка стосу-

ється посадових осіб і політиків. Ця база даних отримала назву GIA - Government Information Awareness.

Зараз активно розвивається інтерактивне Інтернет-телебачення SITV (від eopі. Shares Interactive TV, скорочено - SITV - Ес Ай Ті Ві), що дозволяє будь-якій людині створювати свій інтерактивний телевізійний канал, а також переглядати відео контент інших людей. Для цього досить мати веб-камеру, ТВ-тюнер і зареєструватися на спеціалізованому сайті (Електронний ресурс: <http://www.opentv.com/>)

Окрему роль в процесі демократизації в світі грають web ресурси під загальною назвою Open networks. З'явилися вперше ці ресурси на початку 90х років в США (Клівленд, Санта-моніка, Сі- етл). Недавно з'явився подібний ресурс в Росії, в Санкт-Петербурзі - St. Petersburg Open Network (Електронний ресурс: <http://spb.org.ru/>). На цьому сайті можна дізнатися про некомерційні організації міста, ознайомитися з соціальними проблемами, продивитися останні міські новини. Є можливість, через Інтернет, звернутися до регіонального омбудсмена. В своєму дослідженні Open Networks Closed Regimes, американські вчені Shanthi Kalathil and Taylor C. Boas, вивчаючи приклад країн з авторитарною системою влади (Китай, Куба, ОАЕ, Бірма) зробили висновок, що Інтернет допомагає з часом трансформувати авторитаризм. Жорсткого регламенту і правового регулювання Інтернету немає, оскільки немає необхідного технічного забезпечення. Одним з принципів функціонування Інтернету є так званий принцип малої надійності, що дозволяє всій мережі функціонувати, навіть якщо деякі (а може бути, і багато) його вузлів будуть фізично знищені. Саме тому в Інтернеті немає “головного комп'ютера”, захват якого означав би контроль над всією світовою інформаційною системою. Такий контроль технічно неможливий. У Інтернеті можна вглядіти символ лібералізму і свободи (Open Networks Closed Regimes). Наприклад, на Кубі вільні журналісти не мають доступу до традиційних ЗМІ, проте завдяки Open Networks за кордоном, вони можуть публікуватися в Інтернеті. (Open Networks Closed Regimes). Крім того, в країнах середнього сходу, Open Networks дають людям доступ до західних ідей та до західного світосприйняття.

Слід зазначити, що в світі існують десятки країн, де технологічно намагаються контролювати Мережу. Так, з 1995 року влади Китаю ввели понад 60 механізмів правового регулювання Інтернету, що встановили над ним майже тотальний контроль (наприклад, з січня 2001 р. відправлення будь-якої „таємної” або „реакційної” інформації по електронній пошті кваліфікується як державний злочин і може спричинити покарання аж до страти, а в грудні 2002 р. напередодні з'їзду правлячої компартії був заблокований Google - один з найпотужніших Інтернет-пошукачів). У 2003 році влада Іраку блокувала всю електронну пошту із США (Електронний ресурс: <http://i-com.narod.ru/inet.htm>).

В останній час посилили свій контроль над Інтернетом влада у В'єтнамі (Електронний ресурс: <http://net.compulenta.ru/34673/>), Казахстані (Електронний ресурс: <http://citcity.ru/21598/>), Російській Федерації (Електронний ресурс: <http://1103.mysob.ru/news/comp/7333.html>).

Посилення контролю над Інтернетом відбувається у країнах з авторитарним режимом управління. Влада в цих країнах, прикриваючись бажанням захистити населення від терористів або негативного контенту, закриває незалежні і вільні Інтернет видання, тим самим усуваючи будь-яку можливість доступу до неурядових ресурсів.

На цей час в світі починають з'являтися нові технології, які у майбутньому зможуть технологічно забезпечити недоторканість інформації в Інтернет, вільний та анонімний доступ користувача до неї, що дозволить користувачам Інтернет з авторитарних країн вільний доступ до Інтернет.

На початку XXI століття в Інтернет з'являються перші реальні можливості щодо створення веб-ресурсу для децентралізованого розподіленого зберігання даних без можливості їх цензури. Ця система під назвою Freenet створена з метою надати користувачам електронну свободу слова шляхом забезпечення їх строгої анонімності (Електронний ресурс: <http://freenetproject.org/>). Freenet є спробою усунути можливість для будь-якої групи осіб нав'язувати свої переконання і цінності іншим. Багато держав здійснюють цензуру комунікацій в тих або інших межах. При цьому можна

виділити одну загальну властивість: деяка особа вирішує, яку інформацію заборонити, а яку допустити. Як це не фантастично звучить але навіть творці Freenet не мають жодного контролю над всією системою. Збережена інформація шифрується і поширюється по всіх анонімних комп'ютерах, які беруть участь в мережі у всьому світі. Теоретично вельми складно визначити, який учасник зберігає даний файл, оскільки вміст кожного файлу зашифрований і може бути розбитим на частини, які розподіляються між безліччю різних комп'ютерів.

За останні роки якісний склад аудиторії Інтернету зазнав принципових змін. Розповсюдження електронних мас-медіа сприяло різкому зниженню освітнього, вікового, професійного, матеріального і культурного рівня аудиторії.

Саме тому, на наш погляд, окрім створення системи суспільного телебачення, в українському сегменті Інтернету необхідно створити некомерційну мережу веб-ресурсів, які будуть максимально незалежно та об'єктивно висвітлювати події в країні. Крім того, ця мережа зможе, за допомогою різного роду форумів та блогів, залучити українське суспільство до серйозної та раціональної аргументації в ході політичного діалогу.

Інтерактивне телебачення стане незамінним помічником в роботі сучасних політиків, адже особистісна участь може бути забезпечена саме через інтерактивне ТБ. Особиста відео-зала, створена на відповідному для цього Інтернет-порталі, може перетворитись на місце комунікації політиків із виборцями. Причому це можуть бути як масові зустрічі, так і індивідуальні бесіди, які так цінує старше покоління.

Таким чином, політики стають ближчими до потреб та вимог громадян і здатні оперативно реагувати на будь-які події. За допомогою інтерактивних електронних мас-медіа можлива не лише самореклама, але і ділове спілкування з іншими представниками політичної еліти. Це можуть бути дебати під час прямої трансляції, коли будь-який глядач може приєднатися до діалогу і висловити свою думку, а можуть бути і приватні співбесіди з актуальних питань. Також інтерактивне телебачення дозволить будь-якому політикові якісно виконувати свої обов'язки, надаючи відповіді

on-line тим своїм виборцям, які територіально знаходяться далеко, щоб звернутися в приймальню. А будь-яка людина може безпосередньо поспілкуватися з політиком і аргументовано висловити своє відношення до його діяльності.

Відтепер, без суспільної присутності в Інтернет, та нових інтерактивних технологічних досягнень, демократія неможлива.

Література

1. Абельс Х. Интеракция, идентификация, еоріяхі. Введение в интерпретативную еоріяхі / Абельс Х.; пер. С нем. Яз. еор общей редакцией Н. А. Головина и В. В. Козловского. - СПб.: Алетей, 1999. - 272 с.
2. Абрамов Р. Н. Сетевые структуры и формирование информационного общества / Р. Н. Абрамов // Социологические исследования. - 2002. - № 3. - С. 133-140.
3. Андрунас Е. Ч. Информационная элита: Корпорации и рынок новостей / Андрунас Е. Ч. - М.: Изд-во Моск. Ун-та, 1991.-210с.
4. Вайнштейн Г. Мир в начале тысячелетия. Информационная еорія и демократия: ожидания, реальность, перспективы / Г. Вайнштейн // Мировая экономика и международные отношения. - 2003. - № 7, —С. 13-21.
5. Закон України “Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки” // Відомості Верховної Ради України. - 2007. - № 1.
6. Коноплицький С. Інтернет як предмет соціологічного аналізу / С. Коноплицький // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. - 2005. - № 3. - С. 186-193.
7. Массовая коммуникация в формировании современного социокультурного пространства. Круглый стол // Социологические исследования. - 2000. — № 7. — С. 78- 84.
8. Парламентські слухання з питань розвитку інформаційного суспільства в Україні: матеріали парламентських слухань (IV скликання) [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Верховної Ради України. - 21.09.05. - Режим доступу: <http://www.Rada.Gov.Ua/zakon/skl4/parsl/index.Htm>
9. Перспективи створення громадського телерадіомовлення в Україні: матеріали парламентських еорія (IV скликання) [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Верховної Ради України. - 13.04.05. - Режим доступу: http://www.Rada.Gov.Ua/zakon/skl4/par_sl/sl210905.Htm
10. Потятиник Б. В. Медіа: ключі до розуміння: [Серія: Медіакритика] / Потятиник Б. В. - Львів: ПАІС, 2004. - 312с.
11. Соловьев А. И. Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации / А. И. Соловьев // Политические исследования. - 2002. - № 3. - С. 5-19.
12. Яковлев Д. В. Комунікативні чинники формування демократичної політики / Д. В. Яковлев // Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї. - К., 2007. - Вип. 9. - С. 167-175.
13. Яковлев Д.В. Політична взаємодія як комунікативний процес : медіатизація, демократизація, раціоналізація / Д. В. Яковлев. - Одеса : Астропринт, 2009. - 288 с.
14. Якісні та кількісні характеристики користувачів мережі Інтернет в Україні [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://www.reactor.org.ua/news/623-5.html>