

Олександр Яковлєв

ЕТНОПОЛІТИЧНИЙ ДИСКУРС ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ: ТЕОРЕТИЧНІ КОНТУРИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Стаття присвячена розгляду особливостей функціонування вітчизняної системи засобів масової інформації у їх зв'язку з етнонаціональною сферою життя суспільства. Особливу увагу приділено висвітленню інституційних передумов та функціональних можливостей здійснення інформаційної політики в етнонаціональній сфері.

Ключові слова: етнонаціональні відносини, засоби масової інформації, дискурс засобів масової інформації.

Oleksandr Yakovlyev. Ethnonational discourse of Ukrainian mass media: theoretical outline of research. The article reviews functioning of the domestic system of mass-media in their connection with ethno-national sphere of society life and focused on exposition of institutional prerequisites and capabilities of implementation policy in ethno-national sphere.

Key words: ethnonational relations, mass-media, discourse of mass-media

Дослідження етнополітичної сфери життя суспільства настійно вимагає не лише розгляду історії її розвитку та аналізу сучасного стану існування, а й перспектив її розвитку. Науковий дискурс при цьому повинен містити (і містить) свого роду «імперативний» елемент дослідження перспектив розвитку етнополітичних процесів життя суспільства. Саме в цьому полягає вкрай важлива, якщо не ключова практична функція етнополітології як галузі наукового знання. Слід, однак, зауважити, що в цьому зв'язку відповідь на питання «що робити» є неповною без відповіді на питання про те, чи може це бути зроблено за конкретних поточних умов. Негативна відповідь на згадане питання, вочевидь, може спонукати до переосмислення численних окреслених напрямів руху,

оскільки за умов їх прийняття в чистому вигляді такий рух або не розпочнеться, або стане рухом на місці.

У згаданому контексті в цій статті втілена спроба висвітлення важливих, з погляду автора, інституційних передумов існування системи етнонаціональних дискурсів засобів масової комунікації сучасної України

Особливості етнонаціонального дискурсу системи засобів масової комунікації сучасної України та перспективи здійснення інформаційного впливу на етнонаціональну сферу безпосередньо впливають з фундаментальних передумов та особливостей існування самої інформаційної сфери, також вони пов'язані з економічним і політичним контекстом, в якому вона існує [1, с 312]. Характеризуючи їх, слід зазначити:

- особливості вітчизняної інформаційної сфери прямо пов'язані з характерними рисами суспільно-економічної ситуації в країні;

- базовою ознакою вищезгаданої ситуації є тісний зв'язок між політико-економічною верхівкою та формальним керівництвом ЗМІ, що проявляється у безпосередньому впливі перших на других;

- сукупність засобів масової інформації сучасної України не є гомогенною, для неї є притаманним поділ між кількома фінансово-політичними утвореннями, що мають визначальний вплив на діяльність його частин;

- головною метою функціонування цих утворень є збільшення власних фінансово-економічних ресурсів, базовою умовою чого виступає наявність політичної влади, електоральної підтримки політичних сил та лідерів, що діють в інтересах згаданих утворень;

- боротьба за державну владу в Україні є закритою, найвпливовіші (і не лише) вітчизняні ЗМІ активно і цілеспрямовано підтримують означену ситуацію, не без успіху формуючи матрицю загальносуспільного сприйняття політичної дійсності, в межах якої політика є справою тих політичних сил та їх представників, про яких говорять самі ЗМІ;

- боротьба між згаданими політичними силами відбувається за умов етнополітичної амбівалентності українського суспільства, наявності двох домінуючих протилежних історичних та цивілізаційних наративів;

- вищезгадані характеристики активно використовуються вітчизняними ЗМІ (насамперед під час передвборчого процесу) з метою електоральної поляризації суспільства.

Поза всяким сумнівом, процеси інформаційної діяльності у етнонаціональній сфері детермінує і структура вітчизняної інформаційної сфери, а отже, ця структура є фактором, що певним чином обумовлює саму цю сферу. За багатьма оцінками, в руках держави перебуває не більше 5% ЗМІ, решта – у приватній власності. Загалом, така обставина в очах багатьох дослідників медійної сфери ставить руба питання про максимальне ефективне використання бодай наявних медійних ресурсів для проведення інформаційної політики в етнонаціональній сфері. Справді, домінування недержавного медійного сектору за умов численності самих медіа та їх формальної конкурентності не виключає можливості концентрації медіа в руках носіїв протилежних етнонаціональних парадигм або тих власників, що можуть, так би мовити, залишити процеси діяльності медіа на призволяще. В такому разі етнонаціональна сфера життя суспільства мала б усі шанси для загострення в ній процесів, що набули б відверто загрозливого характеру.

Попри наявність гіпотетичної ймовірності подібного розвитку ситуації, слід звернути увагу на те, що приватний «сегмент» вітчизняної інформаційної структури, як і соціально-класова структура українського суспільства, мають свою специфіку, що відрізняє їх від відповідних західноєвропейських структур. Функціонування приватного «сегмента» вітчизняної медійної структури пов'язане із суттєвою концентрацією медійних складових у руках незначної кількості учасників медійного ринку та їх активною включеністю в економічні та політичні процеси в країні. За великим рахунком, є всі підстави говорити про наявність об'єднаного медіа-політико-еконо-

мічного істеблїшменту [3, с. 527], представники якого розділяють базові цінності та проводять медійну діяльність за умов власного консенсусу щодо засадничих напрямів впливу на масову свідомість.

У згаданих умовах домінування приватної складової вітчизняного інформаційного простору слід розглядати радше не як перепону, а як обставину, що зумовлює потенціал відтворення етнонаціональних дискурсів вітчизняними ЗМІ. Справді, за умов наявності централізації влади (що лише з певною деякою умовністю може бути поділена на законодавчу, виконавчу та судову), чіткої управлінської вертикалі, домінування вкрай нечисленних фінансово-економічних утворень справа втілення в життя вітчизняними медіа узгодженої із владою інформаційної політики у етнонаціональній сфері постає цілком здійсненою. Вплив такої політики за умови її вивіреності та далекоглядності не слід абсолютизувати, однак слід визнати, що найвпливовіші мас-медіа країни попри декларовану свободу діють в умовах наявності редакційних політик, що в більшості випадків мало відрізняються в кращий бік від «славнозвісних» темників, а застосування «рейдерських» схем щодо медіа з-поза поля впливу істеблїшменту в Україні є, як і раніше, актуальним і має доволі мало шансів наразитися на серйозний спротив громадськості та тієї частини влади, що її згадані домінуючі в інформаційному просторі медіа нав'язливо подають як опозицію.

Поза всяким сумнівом, поле засобів масової інформації є багатоскладовим, а сама кількість вітчизняних мас-медіа є значною. Однак попри численність медіа та всупереч трендовому твердженню ряду представників навколонаукової, а почасти і наукової сфери про ледь не тотальне домінування електронних ЗМІ у впливі на масову свідомість громадян України жодних глобальних змін у структурі згаданого впливу за останні роки не відбулося і, як і раніше, «чи не єдиним вікном у світ для більшості громадян є телевизор» [2, с. 148]. Дослідники справедливо зазначають, що всі головні (зокрема, з погляду їх впливу) телеканали перебувають, так би мовити, під егідою, нечисленних представників суспільної верхівки,

а базовий, утім не єдиний інструмент їх впливу на масову політичну свідомість – теленовини «здебільшого підтримують позицію влади» [1, с. 497]. При цьому однією з головних характеристик медійного дискурсу, зокрема і телевізійного, постає те, що він є «тереном змагання між радянським і націоналістичними наративами історії» [1, с. 315].

Вплив зазначеного дискурсу на етнонаціональну сферу складно переоцінити, оскільки «важливим ідеологічним ефектом медійного дискурсу є його роль у (від)творенні національної ідентичності. Специфіку виконання цієї ролі в Україні зумовлюють не тільки недавність її незалежності й радикальна відмінність між поглядами різних людей в суспільстві, політикумі та самому журналістському середовищі, але також залежністю українського медійного – передусім телевізійного – ринку від російського, ідеологічні пріоритети якого українські мовники... великою мірою наслідують» [1, с. 315]. Слід, однак, наголосити, що згадане наслідування має цілком добровільний і усвідомлений характер і відбувається за умов наявності в учасників українського медійного ринку вибору щодо змісту та походження продукту, що поширюється в українському інформаційному просторі. Цей вибір передбачає принаймні три можливості: поширення медійного продукту українського походження та спрямованості, поширення медійного продукту з російською часткою, що змістовно не стосується історичних та етнонаціональних наративів, поширення російського медійного продукту з використанням його «складової», що так чи інакше торкається згаданої сфери, впливаючи на етнонаціональну ідентичність українських споживачів цього продукту. Попри наявність формальної і реальної альтернативи щодо наративної наповненості медійного, передусім телевізійного продукту, це наповнення і надалі здійснюється шляхом вищезгаданого «наслідування».

Слід відійти, вочевидь, і від намагань обґрунтовувати цю тенденцію суто медійним зиском телеканалів, відповідно до простоти, сенсаційності та «якості» телепродукту, відносної легкості, з якою такий продукт можна ефективно рекламувати та вигідно реалізовувати на медійному ринку

України (у зв'язку із можливістю отримання значних прибутків від рекламодавців, зумовлених значним рейтингом програм). Перш за все принаймні співмірний рейтинг можна сформуванати та підтримувати телевізійними програмами зовсім іншого змісту та спрямованості, зокрема і в сенсі походження та нарративної наповненості цього продукту. Крім того, економічні дивіденди від реклами в телевізійному ефірі не йдуть у жодне порівняння із розміром дивідендів, що їх отримують власники мас-медіа від створення «належних» умов для власної економічної діяльності, значною мірою саме за допомогою електорального забезпечення відповідних політичних сил, нерідко й тих, до прохідних частин виборчих списків яких вони належать.

При цьому «в обох аспектах (від)творення ідентичності важливу роль відіграють імпортовані чи розраховані на російський ринок продукти, що заповнюють собою більшу частину етеру, особливо прайм-таймового. Ці продукти явно або неявно стверджують минулу і сучасну належність України до спільного з Росією культурного та політичного простору, підважуючи творене в інших медійних практиках та інших суспільних інституціях» [1, с. 315]. Слід, однак, зауважити, що згадане підважування має двоїстий характер, адже безапеляційний та нав'язливий характер російських за походженням та спрямованістю дискурсивних практик (що активно здійснюються на теренах інформаційного простору України), підтримуючи російсько-радянські нарративи історії, підтримує і навіть закріплює нарративи націоналістичні, оскільки вони, в сучасному їх вигляді, заздалегідь можуть бути подібним шляхом.

Означене питання щодо зворотного ефекту російсько-радянських за своїм змістом походженням та спрямованістю дискурсивних практик у межах медійного дискурсу України має, на нашу думку, важливе прикладне значення, адже передбачає ймовірність їх спрямованості не на домінування відповідних нарративів, а на підтримку існуючого нарративного статусу-кво з можливою метою його зміни у майбутньому в потрібному напрямі. В цьому зв'язку, відповідно до тлумачення М.Панчука, слід говорити про маніпулятивний характер дискурсивних практик вітчизня-

них медіа в їх діяльності в царині політики пам'яті та етнонаціональної політики, оскільки згадана діяльність керується вузькими інтересами окремих політичних груп і не сприяє суспільній консолідації, загострюючи соціальні та культурні поділи в країні [4, с. 65].

Таким чином, ряд обставин переконливо свідчить про наявність у вітчизняної медійної та «надмедійної» верхівки чіткої парадигми щодо відтворення етнонаціональних дискурсів українськими ЗМІ. Діяльність у межах цієї парадигми для згаданої верхівки має важливе прикладне значення, оскільки сам факт існування вітчизняного медіа-політико-економічного істеблїшменту в сучасному його вигляді базується, зокрема, на маніпулюванні етнонаціональними ідентитетами та історичними наративами. За цих умов заклики до проведення виваженої етнонаціональної медійної діяльності, спрямованої на консолідацію українського суспільства, видаються марними, оскільки виваженість домінуючої (в сенсі потенціального та фактичного впливу на масову свідомість) складової медійного ринку проявляється хіба що у тому, що її фактичні власники підтримують (зокрема, медійним шляхом) прояви амбівалентності вітчизняного соціуму в встановлених верхівкою рамках, вихід за які, фактично, означав би руйнування й без того хиткої його рівноваги. Останнє, в свою чергу, з великою ймовірністю поставило руба питання про саме існування даного соціуму, об'єднаного єдиними державними рамками.

Разом з тим, слід зауважити, що перспектива свідомого та цілеспрямованого продукування в майбутньому медійною домінантою системи дискурсів, спрямованих на радикальне і незворотне загострення негативних проявів амбівалентності суспільства, теоретично (і практично) не виключена, оскільки, на жаль, за певних геополітичних та кон'юктурно-економічних обставин «здача країни» керівною верхівкою з її подальшою фінансовою та політичною еміграцією може бути для неї бажаним та цілком логічним фіналом її діяльності. В такому разі, окрім «директивних», утім завуальованих методів впливу на інформаційний простір, може мати місце ситуація, за якої

сам цей простір почне відтворювати домінуючі дискурси, орієнтовані на інтереси суспільної верхівки [5, с. 126].

Важливим питанням, що постає у зв'язку з оцінкою перспектив проведення діяльності у етнополітичній сфері за допомогою засобів масової комунікації, є питання про те, наскільки позиції, що доносяться до поліетнічного та амбівалентного загалу владною верхівкою, себто тими, хто виступає від імені народу та уособлює собою державу, співвідносяться з їх власними етнонаціональними та історичними наративами, а також питання про те, яке місце ці індивідуальні наративи займають у ієрархії «мотиваційних» факторів, що обумовлюють інформаційну діяльність істеблішменту. Відповідь на ці питання у світлі досліджуваного явища є також не вельми втішною, оскільки біографія і діяльність представників існуючої верхівки свідчить про інструментальний, прикладний характер їх власних дискурсивних практик, що мають змістом питання етнонаціональної сфери життя суспільства.

Слід наголосити, що здійснення етнонаціональної політики вітчизняного істеблішменту (як, власне, і будь якого суб'єкта проведення такої політики) відбувається в наявних нині глобальних інформаційних умовах. Соціотрансформаційні зрушення, що мають своїм виявом формування глобальної всепроникаючої світової інформаційно-культурної інфраструктури, несуть суттєву «космополітизуючу», «транснаціоналізуючу» складову [2, с. 103]. Глобальна інформатизація, як слушно зауважує Л.Нагорна, «з одного боку, тягне за собою уніфікацію масової свідомості, а з другого боку, розхитує національну ідентичність» [2, с. 103]. За цих обставин, навіть наявність у реального джерела творення етнонаціональних дискурсів вітчизняних медіа підходу, спрямованого на консолідацію амбівалентного суспільства, отримує послугу, що може стати «ведмежою». Адже транснаціоналізація та космополітизація в загальносвітових межах та наявність об'єднавчих мотивів в межах окремого поліетнічного та амбівалентного соціуму є мало сумісними, консолідація ж українського суспільства на основі наративу «ми – гро-

мадяни світу» є не менш примарною, ніж консолідація на основі одного з двох протиборствуючих нині наративів.

Спираючись на вищезгадане, можна дійти обґрунтованого висновку про непересічну та, так би мовити, багатоаспектну складність «дискурсивно-медійного» шляху консолідації вітчизняного поліетнічного соціуму та подолання загроз, пов'язаних з високим рівнем його амбівалентності. Вочевидь, досягнення вищезначених цілей має починатися з докорінної зміни самої інституційної системи, провідники якої то послаблюючи, то посилюючи етнонаціональну напругу в суспільстві, залишаються вкрай далекими від бажання забезпечити фундаментальні (і не лише) інтереси представників численних етнічних груп країни. Лише подолання відчуженості влади (зокрема, і політичної) від її декларованих носіїв дає змогу впевнено розраховувати на гармонізацію етнонаціональних відносин у суспільстві.

Загалом шлях до подолання такої відчуженості є більш ніж складним і пов'язаний з низкою загроз та викликів. Однак у разі його втілення стає реальною не лише гармонізація етнонаціональної сфери, а й нормалізація всіх інших сфер життя суспільства. Власне кажучи, така «нормалізація» і процес її досягнення і самі можуть стати одним з наріжних каменів об'єднавчої ідеї, пошуки якої не припиняються впродовж усього часу існування незалежної України.

1. Кулик В.М. Дискурс українських медій: ідентичності, ідеології, владні стосунки. – К.:Критика, 2010. – 655 с.

2. Нагорна Л.П. Політична мова і мовна політика: діапазон можливостей політичної лінгвістики. – К.: Світогляд, 2005. – 315 с.

3. Основы теории коммуникации/ Под ред. М.А. Василика. – М.: Гардарики, 2003. – 615 с.

4. Панчук М.І. Політичні контексти етнонаціональної пам'яті. – Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф.Кураса НАН України. – К., 2010. – №2(46). – С. 59–76.

5. Тузигов А.Р. Масс-медиа: идеология видимая и невидимая // Полис: Политические исследования. – 2002. – № 5. – С. 123–132.