

ПОЛІТИЧНІ КОМУНІКАЦІЇ

УДК 070:323.2

Дабіжжа Віра Василівна,
асистент кафедри міжнародної інформації
Університету «Україна»

ІНСТРУМЕНТАРІЙ МАС-МЕДІА ЯК ЗАСІБ ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Стаття присвячена ролі мас медіа у процесі глобалізації. Здійснюється аналіз варіантів розуміння глобалізації в сучасному світі. Підкреслюються особливості діяльності сучасних ЗМІ та мас медіа. Проводиться розмежування окремих засобів та інструментів інформаційної діяльності. Державні засоби масової інформації розглядаються у їх зв'язку із громадськими.

Ключові слова: мас медіа, Інтернет-ресурси, макроекономіка, глобалізація, суспільство.

Статья посвящена роли масс медиа в процессе глобализации. Осуществляется анализ вариантов понимания глобализации в современном мире. Подчеркиваются особенности деятельности современных СМИ и масс медиа. Проводится разграничение отдельных средств и инструментов информационной деятельности. Государственные средства массовой информации рассматриваются в их связи с общественными.

Ключевые слова: масс медиа, Интернет-ресурсы, макроэкономика, глобализация, общество.

The article is devoted to the part of mass media in the globalization's process. Variants of the globalization's understandings in the modern world were analyzed. Specialities of modern mass media's activities were examined. Individual means and instruments of the information's activity are divided. State mass media were examined with the coherence with civil ones.

Key words: mass media, Internet-resources, macroeconomic, globalization, society.

Аналіз глобалізації як процесу (або процесів у різних аспектах та сферах суспільного життя) вимагає врахування принципово різних методологічних підходів при дослідженні процесів розвитку та тимчасово сталих елементів систем. Це пов'язано із тим, що суспільне буття не можна звести виключно ані до існування у незмінному вигляді певних ідеальних форм (хіба що в працях утопічного характеру), ані до яскраво вираженого прогресу чи регресу одночасно у всіх його проявах.

Особливою складністю відзначаються ситуації, в яких схожі явища або процеси відносяться до статичного та динамічного елементів системи. Це характерно саме для поняття глобалізації. З одного боку воно пов'язане із активним, динамічним та надзвичайно складним процесом утворення загальнопланетарної цивілізації, а з іншого боку – зі слідуванням та наслідуванням певному ідеалу. В даному випадку цим ідеалом є суспільство споживання, яке виникло з метою подолання глобальної економічної кризи і через це тяжіє не стільки до розвитку та еволюції, як до сталості та уникнення регресу суспільства.

Методологія наукового дослідження процесу глобалізації та місця мас медіа у ньому вимагає чіткого розмежування цих двох аспектів. Їх змішування приводить до викривлення у засобах масової інформації та суспільній думці механізмів, цінностей та самої мети процесу глобалізації у світі загалом та на території нашої країни зокрема.

Крім того варто згадати про спосіб проблематичного аналізу глобалізації, тобто через проблеми, нею породжені та такі, що, можливо, нею і будуть вирішені.

П. А. Водоп'янов виділяє наступні «... основні групи глобальних проблем сучасності. 1) Проблеми запобігання світовій термоядерній війні, безпеки людей, усунення економічної відсталості окремих країн, ліквідації голоду, злиднів та неписьменності. 2) Проблеми, що виникли у результаті взаємодії суспільства і природи. 3) Проблеми, зумовлені відношенням людини і суспільства...» [6, с. 249] Звичайно, серед них також можна виокремити такі, що є остаточно нездоланими, вічними, та ті, вирішення яких має процесуальний, динамічний характер. Але у своєму аналізі інструментаріїв має медіа в процесі формування глобалізації ми спиратимемось на позитивний аспект, тобто звертатимемось до того, що наше суспільство намагається отримати, досягнути, а не чого уникнути.

Розпочнемо із тих тенденцій, які можуть бути віднесені до категорії розвитку. Глобалізація є одним із тих явищ, що відзначається безсумнівною динамікою у ту добу, коли частина еволюційних очікувань або спростовані, або відсунуті на значні терміни у майбутнє. На фоні космічних проривів 60-их та соціальних змін 90-их складається враження, що людство або взяло паузу для розбігу, або на новому рівні повертається до сталого, консервативного, врівноваженого способу існування в очікуванні нових епохальних наукових відкриттів. З філософсько-методологічного боку це означає актуалізацію метафізичного способу міркування в порівнянні із діалектичним.

Ми не ставимо завдання спрогнозувати подальший розвиток суспільства, але виходимо із того, що процес формування глобалізації ще не завершився, і тенденції, характерні для неї, поглиблюватимуться. А отже процес формування глобалізації, будучи динамічним, вимагає звернення до філософської концепції розвитку – діалектики – та закономірностей, які вона розкриває.

Розмірковувати у категоріях закону взаємного переходу кількісних та якісних змін, не знаючи остаточно результату процесу глобалізації, було б, на нашу думку, передчасним. А от звернення до закону єдності та боротьби протилежностей дозволяє виокремити характерні особливості формування глобалізації ще в самому її процесі. Мова йде про те, що зворотним боком глобалізації та пов'язаної із нею масової культури є уніфікація людини. І як наслідок, усамітнення особистості, яка відчуває себе важливою для суспільства лише в тих аспектах, у яких вона не відрізняється від інших, тобто тоді, коли чітко грає ролі, причому певні, визначені ролі.

Зняття цього протиріччя, згідно із законом заперечення заперечення, відбувається різними способами, зокрема через долучення до різних груп інтересів (в тому числі і віртуальних). Фактично ми бачимо тут момент повторної або додаткової соціалізації людини, яка формально не має із соціалізацією жодних проблем, але намагається відшукати для себе ще одне суспільство в суспільстві. Значну роль у цьому грають ті засоби мас медіа, які не належать ані до державних, ані до ЗМІ загалом. Це різноманітні блоги, ігрові та колекційні Інтернет-ресурси, клуби, товариства тощо.

Тепер звернемося до аналізу тих аспектів глобалізації, які не пов'язані із соціальною еволюцією та динамічним розвитком – а саме до того, що пропонується Західною цивілізацією у якості ідеалу соціальної організації (хоча й не абсолютного чи утопічного [5]) – до суспільства споживання. Звичайно, ми не пропонуємо зробити протиставлення сталої системи та процесів розвитку абсолютним. Сталість соціальної системи теж може бути витлумачена як рух, що замкнувся на себе і тому не призводить ані до деградації, ані до глибоких прогресивних змін [2, с. 3]. Або, говорячи мовою діалектики, такий варіант боротьби протилежностей, коли вони певний час повністю врівноважують одна одну.

Для суспільства споживання на макрорівні це означає баланс між агрегованими попитом та пропозицією. При цьому джерелом його виступають не лише суто ринкові, але і політичні, ідеологічні механізми уже державного регулювання, які штучно збільшують

попит, змушуючи членів суспільства скуповувати максимум продукції, цим же суспільством виробленої.

На відміну від спроб побудови комуністичного або розвиненого соціалістичного суспільства та планами подальшої наукової та космічної експансії людства, суспільство споживання є не шляхом, а зупинкою на ньому. Воно є способом подолання кризи перевиробництва, яка виникає після того, як розвиток промислового виробництва (яке прийшло на зміну традиційному суспільству) привів до створення конвеєра такої потужності, що перевищувала сукупний суспільний попит на відповідну низку товарів. Відповідно, суспільство споживання орієнтоване на реалізацію максимальної кількості виробленої продукції заради збереження робочих місць або хоча б соціальних гарантій для безробітних.

Але таке рішення можна вважати хіба що певною зупинкою, перепочинком, перед пошуком справжнього шляху подальшого розвитку. Недарма у західній філософії історії виникає ідея кінця історії, яку буквально озвучив Фукуяма. Суспільство споживання лише переробляє те, що виробляється ним же. Підвищення рівня комфорту життя при цьому має кількісний характер, і є скоріше збільшенням певних благ у метафізичному розумінні, ніж передумовою для якісного стрибка – у діалектичному.

Таким чином ми приходимо до глибокого протиріччя на філософсько-методологічному рівні. Аналіз поняття глобалізації як процесу вимагає діалектичної методології, а в якості результату – метафізичної. Фактично мова йде про динамічний процес, який веде до зупинки.

Тим самим, актуальним залишається перша половина відомого гасла «Наздогнати Америку». Хоча незрозумілим виявляється те, куди після цього рухатися далі. Більше того, в межах радянської системи відповідний етап уже був досягнутий. Фактично ним є відомий етап брежневського застою. Підвалини його заклав своїми візитами на захід М. С. Хрущов. Намагаючись підвищити якість життя радянського громадянина, він почав поступово формувати власний варіант суспільства споживання. Цьому сприяло і те, що формування інформаційного суспільства на Заході згодом знівельовало суто промислову гонку та сприяло зменшенню ваги реального сектора економіки у США та Західній Європі. Якщо перші кроки на шляху побудови у СРСР суспільства споживання були вражаючими – безкоштовне житло отримали десятки мільйонів людей – то в подальшому скористатись американськими «ліками» від Великої Депресії повною мірою не вдалося. Це зумовлено тим, що західний варіант суспільства споживання передбачав існування приватної власності та ринкової економіки, без яких радянська система не змогла перенести зусилля з важкої у легку промисловість та у сферу точних та інформаційних технологій і забезпечити високу якість тих товарів, які мало споживати населення. Це вже макроекономічний та історичний аспекти протиріччя.

На побутовому ж рівні, вплив на який має медіа є найбільшим, а часто визначальним, це протиріччя набуває, по-перше психологічного характеру. Виникає відчуття, що на відміну від радянської ідеології, Захід пропонує шлях в нікуди. А по-друге, приводить до економічних помилок у формуванні бізнес-планів окремих фірм, підприємств та цілих галузей. Протиріччя безпосередньо проявляється у тому, що участь у процесі глобалізації, а конкретно у побудові суспільства споживання, підміняється на обслуговування функціонування вже побудованого суспільства споживання країн Західної Європи та США. Замість того, аби врівноважити баланс показників попиту та позиції у своєму регіоні чи країні в цілому (тобто дати людям можливість виробляти, перевиробляти та споживати або продавати вироблене), здійснюється перманентна закупівля надлишків товарів та послуг інших країн, яка дозволяє їм подолати кризу перевиробництва та робить безглуздою таке половинчате копіювання ідей суспільства споживання у країні власній.

Діяльність мас медіа та засобів масової інформації, в залежності від конкретного інструментарію, до якого вони вдаються, можуть як посилити, так і послабити вищезгадані тенденції. Для пояснення цих випадків звернемося до класичного принципу, сформульованого ще давньогрецьким філософом Демокритом, який полягає у тому, що завдання дослідника полягає у пошуці причин [4, с. 56 – 66]. Класифікуємо ці причини, уже слідом за Аристотелем на цільові (навіщо щось робиться), формальні (у найширшому розумінні, тобто з точки зору принципу, механіки дії), матеріальні (теж у найширшому розумінні: від того, з чого складається до того, звідки фінансується) та діяльні (тобто, хто діє або впливає на об'єкт чи процес) [1, с. 70 – 73].

Самі різновиди мас медіа (Mass media, тобто доступні, інформативні та зрозумілі для багатьох) класифікуємо за засобами та конкретними інструментами подачі матеріалу:

- голосові повідомлення:
 - разові оголошення та заклики;
 - промови;
 - регулярні семінари, доповіді, звіти;
 - круглі столи, дискусійні клуби;
- об'єктні повідомлення:
 - рекламні щити;
 - рекламні панелі;
 - сувеніри тощо;
- паперові видання:
 - разові листівки, заклики, оголошення;
 - періодичні видання (преса):
 - газети;
 - журнали;
 - книги та спеціальні разові видання;
- механічно-електронна апаратура:
 - кінематограф на плівці;
 - звукозаписи на плівках та пластинках;
- електрична та електронна апаратура:
 - радіо;
 - телебачення:
 - періодичні новини;
 - фільмографія;
 - телетекст;
 - домашні відеоцентри:
 - фільмографія;
 - відеотекст;
 - зв'язок;
 - ПК;
 - Інтернет.

Звичайно, така класифікація не є повною. Але на вичерпний перелік засобів та інструментарію масової комунікації в сучасному світі ми і не претендуємо.

З точки зору цільової причини участь мас медіа в процесі формування глобалізації визначається згаданим розмежуванням на висвітлення самого процесу побудови суспільства споживання та обслуговування його вже існуючих різновидів. В першому випадку засобами виступають аналітичні передачі, публікації, виступи політиків, а конкретними інструментами – заклики, пропаганда, обґрунтування переваг (або навпаки, підкреслення недоліків). В другому випадку основними засобами є періодична преса, телебачення, Інтернет, білборди, живе спілкування з рекламними агентами, які за допомогою переконання, навіювання, створення та використання певних стереотипів,

кліше, упереджень тощо намагаються реалізувати у рамках суспільства споживання, яке в нашій країні лише формується, товари та послуги вітчизняних та переважно іноземних, виробників, послаблюючи кризу перевиробництва та опосередковано створюючи за кордоном робочі місця.

Така двоїстість і призводить до зовні парадоксальної ситуації, коли суспільство, активно споживаючи іноземну продукцію, ніяк не може або й не хоче побудувати аналогічне суспільство у себе та забезпечувати цією продукцією власну країну для власного ж заробітку. Вирішенням цього протиріччя є розуміння того, що придбати той же американський спосіб життя неможливо, тим більше купуючи вироблені ним товари. Останнє навпаки гальмує побудову повноцінного суспільства споживання у власній країні. Не загальмувати в процесі глобалізації можна лише йдучи шляхом за іншими, але не за їх рахунок.

З точки зору розмежування ЗМІ та мас медіа загалом на державні та громадські, можна відзначити, що завдання протистояння надлишковій імпорتنій пропозиції може бути адекватно реалізоване лише на чітко спланованому та централізованому рівні, на що здатні або державні мас медіа або державні у конструктивній спілці із громадськими.

Форма організації мас медіа постійно міняється в залежності від появи нових технологій та удосконалення традиційних. В умовах глобалізації це веде до обов'язкового звернення до віртуального способу подачі інформації, її аналізу та навіть проведення онлайн конференцій, обговорень, диспутів. Варто також зазначити, що електронні газети, передачі, лекції не стільки приходять на зміну класичним, скільки доповнюють їх. Звичайні паперові видання розміщують частину або і всі матеріали на власних Інтернет-сторінках.

Віртуальний інструментарій є одним із найвигідніших та найшвидших способів поширення інформації у глобалізованому світі, майже не зважаючи на кордони. Більше того, саме існування віртуальних ЗМІ та мас медіа може вважатись одним із механізмів та важливих чинників глобалізації.

Важливу роль віртуальний інструментарій відіграє і у процесі становлення громадських мас медіа. Як показує досвід, саме ці джерела є такими, що найважче контролюються державною цензурою (у тих країнах, де вона існує) та центральними органами влади взагалі.

З точки зору матеріальної причини інструментарії мас медіа у процесі формування глобалізації визначаються характером конкретної реалізації завдань, поставлених власником відповідного ЗМІ або інформаційного ресурсу. В цьому випадку мова йде не щодо протистояння державних або громадських мас медіа, а про обслуговування ними певних політичних, ідеологічних, соціальних інтересів та замовлень. Безкоштовне існування інформаційного ресурсу навіть на базі авторської сторінки в мережі Інтернет виглядає досить сумнівно, оскільки оплачуватись має не лише сам інструментарій висловлення думки у вигляді тексту на цій сторінці, але і час, який витрачається на якісний пошук та аналітичну обробку інформації.

З іншого боку використання матеріального критерію в якості фінансового має бути досить обережним через те, що критерій прибутковості до багатьох мас медіа незастосовний. Вони можуть бути збиткові безпосередньо, приносячи опосередкований прибуток через обслуговування політичних інтересів або надання статусу певній продукції, завдяки її інформаційному супроводженню. Крім того, видання може входити до складу медіа-холдингу, у якому доходи розподіляються між прибутковими та неприбутковими складовими із некомерційних міркувань.

Але з іншого боку матеріальний аспект суттєво впливає на набір інструментарію мас медіа. В залежності від фінансових можливостей замовника обирається характер реклами (від великих плакатів у центрі міста до дешевих листівок, які навіть не роздаються, а вкидаються у поштові скриньки або розклеюються у громадських місцях).

За необхідності ведення постійної пропаганди або, навіть, перманентної інформаційної війни, окремі впливові особи або великі компанії можуть утримувати власний радіо- або телеканал. Невід'ємною частиною роботи у інформаційному просторі, що глобалізується, стало відкриття власного сайту в мережі Інтернет – хоча часто про фінансові можливості та організаційні здібності його власника може негативно свідчити недостатня оперативність та якість оновлення такого ресурсу.

Аналіз інструментарію мас медіа з точки зору джерела діяльності багато в чому перетинається із матеріальною та формальною причинами. На джерело інформації та спосіб її подачі суттєво впливає власник або спонсор. Так само до цього аспекту відноситься і взаємний вплив процесів формування глобалізації у світі та глобалізації самих мас медіа у формі віртуальних інформаційних ресурсів та ЗМІ.

Але додатково хотілося б відмітити вплив мас медіа у процесі глобалізації на того, кому вони мають слугувати. Можливість фактично миттєвого спілкування із відомим політиком, який не може сховатись від запитання журналіста в іншому місті чи, навіть, на іншому континенті принципово змінює інтенсивність інформаційної боротьби, дозволяє час від часу отримати відповідь набагато відвертішу від очікуваної, організувати дискусію між людьми, які ніколи не сядуть один із одним за один стіл.

Прозорість фінансової звітності стає все більш розповсюдженою і поступово перетворюється на норму для великих корпорацій та компаній із міжнародним ім'ям. Неточності або відсутність певних даних самі по собі можуть завдати більшої фінансової шкоди через втрату довіри потенційних партнерів та клієнтів, ніж приховування відповідної інформації. На рівні міждержавних відносин та світових валютних і банківських організацій діє система національних рахунків, яка є одним із інструментів процесу формування глобалізації (для тих країн, які її дотримуються). Підсумовуючи, можна сказати, що для будь-якого суб'єкта медійної діяльності елемент відкритості та зв'язків із громадськістю (із використанням інструментарію доступного йому рівня) стає невід'ємною частиною його знаходження у медійному просторі та прийняття його іншими суб'єктами в якості партнера по діалогу. Висловимо сподівання, що в процесі формування глобалізації це й чинник забезпечить формування громадянського суспільства як невід'ємної частини майбутнього суспільства.

Література:

1. Аристотель. Метафизика / Аристотель // Сочинения в четырех томах. Т. 1. Ред. В. Ф. Асмус. – М., “Мысль”, 1976. – 550 с.
2. Буданов В. Г. Принципы синергетики и управление кризисом / В. Г. Буданов // Синергетическая парадигма. Человек и общество в условиях нестабильности. – М.: Прогресс-Традиция, 2003. – 584 с.
3. Василькова В. В. Синергетика и социологический эволюционизм / В.В. Василькова // Синергетическая парадигма. Человек и общество в условиях нестабильности. – М.: Прогресс-Традиция, 2003. – 584 с.
4. Виц Б. Б. Демокрит / Б.Б. Виц. – М.: Мысль, 1979. – 212 с.
5. Мор Т. Утопия / Т.Мор. – М.: Изд-во “Наука”, 1978. – 416 с.
6. Новейший философский словарь: 3-е изд., исправл. – Мн.: Книжный Дом. 2003. – 1280 с.