

ВІРТУАЛЬНИЙ ПРОСТІР ПОЛІТИКИ І ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАЦІЇ В ХХІ СТОЛІТТІ: СОЦІАЛЬНО-ФІЛОСОФСЬКИЙ АНАЛІЗ

Гуманітарний інститут Національного авіаційного університету

Стаття присвячена соціально-філософському аналізу впливу ЗМІ на формування віртуального комунікативного простору політики.

Вступ

Постсучасний світ характеризується процесом переходу від індустріального до постіндустріального інформаційного суспільства. Стрімко розвиваються комунікативні процеси, вдосконалюються існуючі та створюються нові засоби комунікації, посилюється інформаційно-пропагандистське забезпечення політичних процесів.

Під впливом глобалізаційних та глокалізаційних чинників відкидається традиційна і формується нова парадигма світової політики, крах біполярної системи суттєво змінив вектор інтересів національних держав, продемонстрував перспективність розвитку теоретичних засад міжнародної діяльності та міжнародних відносин у прагненні створити модель побудови нової поліцентричної структури міжнародної співпраці. Інструментами координації діяльності держав різного рівня розвитку на світовій арені мають стати політичний діалог та політична комунікація, завдяки яким реалізуються спільні стратегії держав, створюються загальні орієнтири зовнішньополітичної діяльності, узгоджуються спільні позиції.

Вказані фактори наводять на думку про необхідність переосмислення ролі та сутності комунікативної складової сучасного політичного простору, передбачення та обґрунтування перспектив «комунікативного повороту» у сфері світової політики, завдяки чому виникає змога мінімізувати наслідки впливу глобалізації: нестабільність та фрагментарність розвитку світової спільноти, покращити механізм політичного спілкування, сприяти підвищенню рівня довіри між суб'єктами світового політичного процесу.

Аналіз досліджень і публікацій

В ХХ ст. в політичній практиці сформувалася тенденція, яка пов'язана з медіатизацією і віртуалізацією сучасної політики. Ще засновники теорії інформаційного суспільства звернули увагу на тенденцію медіатизації політики. Про роль політичної комунікації при формуванні вигідних для політичної еліти віртуальних моделей писали Т. Адорно, М. Хоркхаймер, Г. Маркузе, Г. Шиллер, Ю. Хабермас. При цьому ЗМІ є інструментом ідеологічного контролю над суспільством.

Г. Маркузе висловлює думку, що тільки знищивши традиційні ЗМІ, а в першу чергу телебачення, можливо підірвати стабільність і знищити існуючу політичну систему... так як таким чином ідеологічний контроль над свідомістю людей буде ліквідовано [1, с. 110].

Г. Шиллер також вважав, що політичні комунікації відіграють важливу роль при забезпеченні стабільності сучасного суспільства, їх

застосування дозволяє формувати такі політичні міфи, за допомогою яких вдається зберегти панування політичної еліти у сучасній державі.

В працях О.Тоффлера демонструється роль ЗМІ в постіндустріальному, інформаційному суспільстві. Дослідження ЗМІ в рамках концепції постструктуралізму зробили П. Шампань та Ж. Бодрійяр. Французький вчений Мішель Фуко здійснив фундаментальне дослідження владних відносин і взаємовпливу масової інформації і влади. Американський дослідник Джон Томпсон проаналізував залежність між ЗМІ та еволюцією індустріальних суспільств.

Основна частина

При дослідженні сфери політичної комунікації варто враховувати неоднорідність культурно-лінгвістичних стилів різних держав, що приймають участь у політичному дискурсі та пам'ятати, що зазначений дискурс розгортається у постмодерній парадигмі.

Про віртуальні моделі-симулякри, які можуть представляти навіть те, чого насправді не існує, писав відомий постмодерніст Ж. Бодрійяр. У своїй відомій праці «Симулякри і симуляція», він говорить про втрату «реальності» в епоху постмодерну. Їй на зміну приходять «гіперреальність», в якій знаки більше не обмінюються на «означуване», а замикаються самі на собі, перетворюючись тим самим на симулякри. Таким чином симуляція виступає тотальною практикою постмодерного світу.

Зауважимо, що коли Ж. Бодрійяр уперше сумістив поняття влади та симулякра, він отримав ту соціально-політичну реальність, в якій існує постмодерна культура. «Нові види інформаційної комунікації, пов'язані з перебудовою знакової системи, суттєво змінили спосіб реалізації владних настанов, де симуляція виступає основою діяльності. ... Ситуація складається таким чином, що засоби масової інформації перестають відображати дійсність, ними створюються образи та симулякри, які і визначають реальність нашої культури, або, користуючись термінологією Ж. Бодрійяра, гіперреальність, де відтворюється симуляція комунікацій, яка виявляється більш реальною, ніж сама реальність» [2].

Поняття «симулякр» активно використовують представники постмодерної французької філософії, перетворюючи його на специфічний засіб спілкування, модель комунікації, яка заснована на тому, що співрозмовники повинні здійснити реконструкцію конотативних сенсів висловлювань одне одного, здійснити таз звану «відкритість існування», ототожнити ідентичність зразка і

подібність копії. Симулякр наділяється сенсом лише тоді, коли окремі асоціативні і конотативні його аспекти актуалізуються, розшифровуються адресатом і створюють у його уяві єдиний образ.

Відомий французький соціолог і антрополог Ж. Баландьє переконаний, що сучасним світом правлять три сили – інформація, техніка і комунікація. «Людина кінця ХХ століття ніби знаходиться в невидимому коконі, який створений мережами, які йому надають, при цьому стирається межа риси і шуми світу... Комунікаційне панування прогресує, воно знаходиться на шляху перетворення на першу насправді універсальну імперську реалізацію. Буденне та наукове знання, схоже, погоджується з тим фактом, що сьогодні панує комунікація» [1, с. 440].

Посилення значення та впливу комунікації на суспільне політичне життя можна пояснити зростанням професіоналізації політики. Поява професійних політиків зумовила кардинальні зміни у структурі влади, оскільки суттєво змінилися вимоги до суб'єктів політичної влади, однією з яких стає вміння переконати співрозмовника за допомогою вербальних засобів: до таких знарядь політика як рушниця і перо, добавилось слово. Професійний політик у сучасному світі має здійснювати вплив за допомогою багатьох чинників і факторів, найвагомішим серед яких стає комунікативний.

Також варто згадати феномен маркетингових комунікацій у політиці, які не лише створюють нові методи здобуття та утримання влади, а й вносять у політику ефективні технології управління, полегшують взаєморозуміння між владою і суспільством, між державами. «Запорукою взаєморозуміння є ефективно організована комунікація. Маркетингові комунікації допомагають налагодити безперешкодний зв'язок між громадянами та правлячою верхівкою, швидко реагувати на будь-які зміни у соціальному середовищі» [2, с. 506].

Саме поява маркетингових політичних комунікацій надає змогу враховувати значну сегментацію політичної аудиторії, яка різниться за ідеологічними переконаннями, смаками, цінностями тощо. «Цілями маркетингової комунікації, зокрема у політиці, є передача інформації, зміна думки та зміна поведінки. Суб'єктами маркетингової комунікації у політичній сфері виступають як політичні інститути, так і окремі індивіди. Через засоби масової комунікації громадянам передаються досить великі обсяги інформації, що суттєво впливає на їхнє життя, думки і поведінку. Відповідно, на сьогодні без ефективного використання маркетингових комунікацій та контролю над змістом повідомлень, що передаються за допомогою засобів масової комунікації, неможлива успішна реалізація політичної діяльності» [3, с. 507].

Досить давно в політиці науковці відмічають тенденцію до віртуалізації публічної політики. У сучасній політичній практиці для взаємодії з суспільством і для впливу на масову свідомість все частіше використовуються віртуальні конструкції. З розвитком у ХХ ст.. традиційних ЗМІ в політичній

практиці сформувався універсальний підхід, в межах якого вертикальна комунікація – від держави до мас – почала будуватися на основі створення віртуальних моделей. Це моделі потрібні для формування у людей уявлення про політичні процеси, і трансляції цих моделей у суспільну та свідомість за допомогою ЗМІ. При цьому така віртуальна модель може не співвідноситися з реальними суб'єктами, яких вона повинна репрезентувати. В більшості випадків так і відбувається, особливо в рамках маніпуляції суспільної свідомістю.

Саме ЗМІ створюються для суспільства картину світу, що робить їх головним інструментом політичного управління суспільною свідомістю. В світі постійно відбувається велика кількість подій, але суспільно значимими ми подіями вони стають тільки при допомозі ЗМІ, які самі визначають що має значення, а що ні. А Суспільство з готовністю користується інформаційними продуктами створеними ЗМІ.

В умовах нестримної глобалізації дискурс світової політики постійно трансформується і поновлює свій змістовний арсенал. Політична комунікація перетворюється на засіб здобуття вигідних позицій у сферах економіки, культури, знання й монополізується країнами-гегемонами як один з основних видів капіталу, є ефективним інструментом досягнення політичного консенсусу.

Влада у дискурсі проявляється у тому, що комуніканти з більш владним статусом контролюють та обмежують владний внесок того учасника комунікативного процесу, що не володіє владою. Скандинавський дослідник Н. Феркло переконаний, що такі обмеження можуть бути трьох типів – обмеження змісту комунікації, обмеження типів соціальних відношень, у які можуть вступати учасники комунікації, та обмеження на позиції суб'єкта комунікації.

Люди, що займають різні шаблі на владній драбині, мають різні можливості використання новітніх лінгвістичних механізмів, бо лише той, кому належить найбільша влада, значною мірою керує використанням і значенням слів як інструментів влади.

Еволюція політичних процесів ХХІ ст. характеризується процесами глобалізації комунікації, формуванням ідеології інформаційного суспільства, які вирішальним чаном впливають на міжнародне середовище, змінюють міжнародну політику. Глобальні трансформації сучасного світу визначають нові напрями наукових досліджень міжнародного виміру комунікації, що знайшло відображення у зарубіжних концепціях глобальної цивілізації, доктринах постіндустріального(інформаційного) суспільства, теоріях впливу нових інформаційно-комунікаційних технологій на світову політику.

Інформаційний фактор у сучасному світі виступає основним інструментом міжнародних впливів, дипломатії та міжнародного співробітництва. Вагомий внесок у розвиток міжнародної інформаційної політики роблять урядові та неурядові міжнародні організації,

пріоритетом діяльності яких є вирішення глобальних проблем інформаційного суспільства, забезпечення комунікаційного розвитку регіонів, вивчення тенденцій та аналіз міжнародних проблем, що зумовлюються новими інформаційними й комунікаційними технологіями [5, с. 67]. Реалізація міжнародної інформаційної політики здійснюється через комплексні стратегії регіональних міжурядових організацій та програми національної інформаційної політики [6, с. 168].

В умовах інформаційно-комунікаційної революції з'являються нові способи і канали масової комунікації, в першу чергу в Інтернеті, які впливають на зміну традиційних моделей масової комунікації в політичному управлінні.

Якщо подивитися на сучасне інтернет-суспільство, то його вже не можна назвати аморфною масою. Адже функціонування тематичних співтовариств в онлайн просторі структурує інтернет-користувачів по групах, в яких можна в більшості випадків чітко виділити соціальні, демографічні, релігійні й інші характеристики, що також виділяє Інтернет спільноту в окремий феномен сучасного суспільного життя. Таким чином, інтернет-суспільство це не маса в її традиційному розумінні, і традиційні канали масової комунікації або не чинять необхідний вплив на мережеве співтовариство, або чинять його специфічним чином, який ще до кінця не досліджений.

Ще відомий італійський філософ Умберто Еко прогнозував поділ суспільства на дві групи за способом споживання інформації: тих, хто дивиться тільки телебачення, тобто отримує готові образи і готове судження про світ, споживає готовий інформаційний продукт без критичного осмислення інформації, і тих, хто буде здатний відбирати і обробляти інформацію за допомогою комп'ютера.

Інформаційна революція надзвичайно збільшила горизонти інформаційного простору, надавши в розпорядження політичної влади глобальні інформаційні потоки. Влада може користуватися цими потоками, але вона не в силах ними повністю управляти. В інформаційному суспільстві неможлива «залізна завіса», а будь-які маніпуляції з інформацією носять локальний характер, оскільки оприлюднення інформації одними каналами може бути миттєво заперечене іншими інформаційними потоками.

Т. А. Пода

ВИРТУАЛЬНОЕ ПРОСТРАНСТВО ПОЛИТИКИ И ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАЦИИ В XXI ВЕКЕ

Статья посвящена социально-философскому анализу влияния СМИ на формирование виртуального коммуникативного пространства политики.

T. Poda

THE VIRTUAL SPACE OF POLICY AND FEATURES OF COMMUNICATION IN XXI CENTURY: SOCIAL AND PHILOSOPHICAL ANALYSIS

The article analyzes the social and philosophical impact of the media on the formation of a virtual communication space policy.

Висновки

Еволюція політичних процесів XXI ст. характеризується процесами глобалізації комунікації, формуванням ідеології інформаційного суспільства, які вирішальним чаном впливають на міжнародне середовище, змінюють міжнародну політику. Глобальні трансформації сучасного світу визначають нові напрями наукових досліджень міжнародного виміру комунікації, що знайшло відображення у зарубіжних концепціях глобальної цивілізації, доктринах постіндустріального(інформаційного) суспільства, теоріях впливу нових інформаційно-комунікаційних технологій на світову політику.

Інформаційний фактор у сучасному світі виступає основним інструментом міжнародних впливів, дипломатії та міжнародного співробітництва. Вагомий внесок у розвиток міжнародної інформаційної політики роблять урядові та неурядові міжнародні організації, пріоритетом діяльності яких є вирішення глобальних проблем інформаційного суспільства, забезпечення комунікаційного розвитку регіонів, вивчення тенденцій та аналіз міжнародних проблем, що зумовлюються новими інформаційними й комунікаційними технологіями [5, с. 67]. Реалізація міжнародної інформаційної політики здійснюється через комплексні стратегії регіональних міжурядових організацій та програми національної інформаційної політики [6, с. 168].

Список літератури

1. Маркузе Г. Одномерный человек / Г. Маркузе. М. : АСТ, 2003. – 331 с.
2. Емелин В. А. Технология симуляции в постмодернистской политике [Електронний ресурс] / В. А. Емелин. – Режим доступу : <http://emeline.narod.ru/policy.htm>
3. Желтов В. В. Теория власти / В. В. Желтов. – М. : Флинта : МПСИ, 2008. – 584 с.
4. Білівітіна А. С. Маркетингові комунікації у політиці / А. С. Білівітіна // Гілея (науковий вісник) зб. наук. праць / гол. ред. В. М. Вашкевич. – К. : ВІР УАН, 2010. – Випуск 38. – С. 506-512.
5. Макаренко Є.А. Міжнародна політика міжнародних організацій у галузі комунікації. Вісник Київ. нац. ун-ту ім. Тараса Шевченка. – К., 1998. – С. 57-67.
6. Макаренко Є. А. Проблемний аналіз концепцій регіональної та національної інформаційної політики // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 1999. – Вип.. 15. – С. 168-197.