

## ЛІТЕРАТУРА

1. Громыко А. А. Андрей Громыко. В лабиринтах Кремля: Воспоминания и размышления сына / А. А. Громыко. – М. : Автор, 1997. – 256 с.
2. Can the U. S. Military Really ‘Pivot’ to Asia? / by Stephanie Gaskell, March 25, 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.defenseone.com/politics/2014/03/can-us-military-really-pivot-sia/81247/>.
3. Gross D. The China Fallacy: How the U. S. Can Benefit from China’s Rise and Avoid Another Cold War / D. Gross. – N. Y. : Bloomsbury Publishing, 2013. – 320 p.
4. Kupchan C. A. Why Nobody will dominate at the Twenty-First Century, April 14, 2012 [Електронний ресурс] / C. A. Kupchan. – Режим доступу: <http://www.cfr.org/history-and-theory-of-international-relations/why-nobody-dominate-twenty-first-century/p27958>.
5. Senate Select Committee on Intelligence. Committee Study of the Central Intelligence Agency’s Detention and Interrogation Program / Approved December 13, 2012 / Declassification Revisions, December 2014.

*Л. К. Байрачна*, кандидат філософських наук, доцент

### **СИМВОЛІЧНИЙ КАПІТАЛ ВЛАДИ І ЗАСОБИ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ У СУСПІЛЬСТВІ, ЩО ТРАНСФОРМУЄТЬСЯ**

В епоху інформаційного суспільства зростає роль політико-комунікативних аспектів у діяльності державної влади. Сучасність надала в розпорядження владної еліти нові шляхи і методи завоювання та утримання влади. Значну роль серед них виконують засоби масової комунікації (ЗМК), що обумовлено зростанням медіатизації політики і соціальної реальності. Люди оцінюють владу і претендентів на виборний пост не в ході безпосереднього спілкування, а в результаті впровадження в суспільну свідомість створених за допомогою мас-медіа образів. Можна стверджувати, що ЗМК чинять управлінський вплив на думку громадськості.

Сучасний політичний простір представлено переважно «медіатизованими особистостями» як носіями специфічної віртуальної політичної культури, що формується в культурному просторі інформаційного суспільства. У цих умовах можливості засобів масової комунікації, пов’язані з актуалізацією подій і проблемних ситуацій, як ніколи, затребувані владою з метою створення відповідних легітимізуючих структур свідомості.

Сучасні владні інструменти вимагають і нових понятійних конструкцій, концептів, що дозволяють осмислити необхідність застосування тих чи

інших методів конструювання політичної реальності і політичних процесів. Сьогодні суб'єкти влади різного рівня для досягнення своїх цілей активно використовують засоби масової комунікації, формуючи символічний капітал влади, теоретичне обґрунтування якого виступає джерелом пізнання і пояснення сучасних процесів, що відбуваються в політичному просторі. Символічний капітал влади багато в чому залежить від рівня довіри влади з боку населення, що і виступає причиною звернення владних структур до засобів масової комунікації. Тут вступає в дію такий доступний ЗМК інструмент, як інтерпретація подій, їх освітлення з позиції, необхідної владі для підтвердження доцільності своїх дій.

Символічна влада виникає не як чистий символ, а як постійне, динамічне відношення між тими, хто владу здійснює, і тими, хто її відчуває на собі. На сьогодні на підтримку такого взаємовідношення здатні тільки засоби масової комунікації як виробники масової символічної продукції. Причому показана взаємодія здійснюється не тільки в полі політики, а й у полі культури, торкаючись і психологічних аспектів навіювання. Символічний аспект влади передбачає створення засобами масової комунікації мережі міфів, символів, смислів і значень.

Тому можна стверджувати, що соціальний механізм засобів масової комунікації є одним із найважливіших інструментів реалізації символічного капіталу влади. Практика останніх років свідчить, що засоби масової інформації здатні соціалізувати, «приземляти» політичні стратегії і тактичні задуми, роблячи їх доступними і зрозумілими більшості населення, роблячи легітимним політичний процес у цілому. З одного боку, в сучасному українському суспільстві за допомогою засобів масової комунікації політика стає більш прозорою і передбачуваною, а з другого — до політичного процесу долучається все більша частина населення. Засоби масової комунікації таким чином виступають найважливішим джерелом і фактором формування соціально активної особистості, політичної свідомості, стимулятором групової активності, показником соціальної зрілості, розвиненості та відкритості суспільної системи.

Використання засобів масової комунікації перетворило політику в особливий медіа-процес, що сприяє віртуалізації політичного простору. Медіакратія базується на переважному впливі політичної еліти, яка прагне контролю над масовими інформаційними обмінами. Політична еліта стає власником публічної інформації, а за населенням міцно закріплюється роль її реципієнта. За допомогою засобів масової комунікації правляча еліта проектує необхідну їй соціальну реальність. Боротьба за політичну владу сьогодні — це боротьба образів, політичних іміджів.

Заміна реальних політичних дій їх образами дозволяє зберігати соціально-політичну діяльність у вигляді імітацій та симулякрів, одночасно забезпечуючи успіх тим кандидатам, чий імідж як ресурс влади є легітимним. Усе це веде до віртуалізації політичних інститутів і перетворює інформаційний простір на засіб і середовище політичної боротьби.

В інформаційному суспільстві змінюються форми і способи виконання акторами соціально-політичних практик своїх функцій — актуальним став «електронний уряд». Створені з метою реалізації концепції електронного уряду офіційні сайти сьогодні досить ефективні для накопичення і трансляції її символічного капіталу. Найбільш важливими для формування символічного капіталу влади є публікації про виконані завдання, згадки про успіхи владних ініціатив, тексти програмних, стратегічних документів, офіційні коментарі до ключових подій тощо. Наслідком поширення інформаційно-комунікаційних технологій в Україні став бурхливий розвиток «соціальних мереж». Представники офіційної влади сьогодні використовують їх також для актуалізації свого віртуального образу і формування позитивного іміджу. У сучасних українських умовах політичний дискурс поступово переміщується в альтернативний медійний простір засобів масової комунікації.

Таким чином, символічний капітал влади завдяки посередницькій ролі засобів масової комунікації здатний до перетворення суспільства, що виражається не тільки у формуванні легітимних структур свідомості, а й у здатності до зміни соціально-політичного мислення мас, яке призводить до конвертації віртуальності символічного капіталу влади в реальність соціальних змін. У сучасному медіакратичному суспільстві йде процес поступового перетворення парламентсько-представницької системи в медіапредставницьку. Засоби масової комунікації стають одним із ключових важелів соціальних трансформацій і ефективним інструментом реалізації символічного капіталу влади.

*В. Д. Воднік, кандидат філософських наук, доцент*

## **ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ В КОНТЕКСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ**

Згідно із Законом України «Про основи національної безпеки України» «національна безпека — захищеність життєво важливих інтересів людини і громадянина, суспільства і держави, за якої забезпечуються сталий розвиток