

УДК 323:2

І. О. Поліщук

МЕДІАТЕХНОЛОГІЇ У СУЧАСНОМУ ПОЛІТОЛОГІЧНОМУ ДИСКУРСІ

Розкривається складний процес еволюції медіа технологій як феномену розвитку людської цивілізації. Наводяться сучасні підходи до інтерпретації медіа технологій, які сформувалися у політичній науці. Робиться висновок про те, що в ході подальшої еволюції засобів масової комунікації значення та роль медіатехнологій у політичному процесі лише зростатиме і вони мають усі шанси зайняти домінуюче положення серед інших політичних технологій.

Ключові слова: масові комунікації, медіа технології, політичний процес, інформаційне суспільство, трансформації, вибори.

Раскрывается сложный процесс эволюции медиатехнологий как феномена развития человеческой цивилизации. Приводятся современные подходы к интерпретации медиа технологий, которые сформировались в политической науке. Делается вывод о том, что в ходе дальнейшей эволюции средств массовой коммуникации значение и роль медиатехнологий в политическом процессе будет только возрастать и они имеют все шансы занять доминирующее положение среди других политических технологий.

Ключевые слова: массовые коммуникации, медиатехнологии, политический процесс, информационное общество, трансформации, выборы.

The article examines the complex process of emergence and evolution of media technology as a phenomenon of human civilization. We give modern approaches to the interpretation of media technologies that emerged in political science. It is concluded that during the further evolution of mass communication and the importance mediatechnohiy role in the political process only grow and they have every chance to take a dominant position among the other political technologies.

Key words: mass communication, media technology, political process, information society, transformation, elections.

Постановка проблеми. Останнім часом у науковому політологічному та правовому дискурсі все більшого розповсюдження набувають такі поняття, як «інформаційна кампанія», «медіаплан», «медіатехнології» тощо. Ці категорії доволі ефективно описують певні особливості модерного політичного процесу. У загальному сенсі сутність наведених понять зводиться до наступного. Інформаційна кампанія, яка реалізується за допомогою засобів масової

інформації, називається медіакампанія і базується на медіаплані як програми взаємодії органу влади із засобами масової інформації за допомогою специфічних медіатехнологій, в першу чергу, за допомогою інформування як передачі ЗМІ повідомлень про свою діяльність у вигляді розсилки прес-релізів або аналітичних матеріалів.

Модерні медіа технології мають важливе значення для розвитку транзитивних соціальних процесів, помітно впливають на становлення інститутів поліархії, істотно змінюють виробництво послуг і товарів, створюють принципово нові умови для реалізації громадянських прав.

Аналіз актуальних досліджень. У сучасних політологічних студіях медіатехнології інтерпретуються здебільшого у прикладному аспекті та пов'язуються з аналізом масових інформаційних процесів, як наслідок ускладнення та урізноманітнення джерел політичної інформації, збільшення акторів політичної взаємодії, вдосконалення технічного оснащення громадян та владних інституцій. Тенденції політизації масових інформаційних процесів і медіатизації політики знайшли вивчення у працях західних учених, присвячених як загальним питанням політики, так і проблемам впливу мас-медіа на громадську свідомість у період організації й проведення виборчих кампаній. Серед них: Ж. Бодріяр, М. Кастельс, К. Крос, Н. Луман, Р. Міллс, Е. Ноель-Нойман, С. Хантінтон та ін.

Вітчизняний науковий істеблїшмент не залишається осторонь осмислення різних аспектів теоретичних і практичних питань розвитку медіа технологій. Серед українських авторів, які приділяють цій проблематиці першочергову увагу, слід назвати прїзвища таких фахівців як: В. Бебик, О. Ваганова, І. Гаврада, Н. Гармаш, О. Гриценко, С. Демченко, О. Заславська, В. Здоровега, О. Зернецька, М. Карашук, С. Квіт, О. Королько, Н. Костенко, А. Костирев, О. Мамонтова, І. Мащенко, О. Мелещенко, Ю. Мовчан, А. Москаленко, І. Ненов, С. Онуфрїв, Т. Петрїв та ін.

Категорія «медіатехнології» трактується багатьма дослідниками як похідна від концепції інформаційного суспільства. Саме у такому контексті цю

категорію інтерпретують Д. Бел, Г. Маклюен, А. Турен, Е. Тоффлер, М. Фуко та ін.

Мета статті полягає у тому, щоб показати змістовний сенс медіа технологій у сучасному політологічному дискурсі.

Виклад основного матеріалу. Нові види інформаційної комунікації, пов'язані з перебудовою знакової системи, докорінно змінили спосіб реалізації владних установок, де симуляція є основоположною діяльністю. Такий стан справ підтверджується багатьма фактами, виборчими технологіями, висвітленням військових, національних та інших конфліктів, створенням іміджу влади та іншими PR-стратегіями, які здійснюються за допомогою індустрії мас-медіа. Ситуація складається так, що засоби масової інформації фактично перестають відображати дійсність. Вони самі творять образи і симуляції, які визначають реальність нашої культури, або, користуючись термінологією Ж. Бодрійяра, гіперреальність, в якій відбувається симуляція комунікацій, і яка виявляється більш реальною, ніж сама реальність. «Гіперреальність», за Ж. Бодрійяром, за своєю суттю близька до більш звичного нам поняття «віртуальна реальність», що розуміється в даному випадку як інформаційне середовище [2, с. 35]. Воно створюється іміджевими технологіями засобами масової інформації та комунікації, а також такими спорідненими з ними практиками, як паблік рил ейшнз, реклама і мода. Причому, це віртуальне середовище слід розглядати не просто як сукупність вербальних і невербальних текстів, а як специфічну форму дискурсу постмодерного світу. Поняття дискурсу пропонується використовувати в тому сенсі, який вважав під ним провідний теоретик постструктуралістської думки Мішель Фуко. У його роботах дискурс – це соціально зумовлена система мови і дії, що включає в себе різні форми мовних висловлювань, а також способи і правила обґрунтування цих висловлювань, що прийняті у конкретному соціокультурному просторі та спираються на панівні владні відносини [8, с. 157].

Таким чином, у понятті дискурсу фіксується нерозривність Тексту, Техніки та Влади. Владу М. Фуко розуміє не як «сукупність інститутів і апаратів», а перш за все як множинність відносин сили, іманентних області, де вони здійснюються [8, с. 171]. Тобто вона є невіддільною від дискурсу, в рамках якого функціонує і одночасно конститує його організацію. При цьому, відносини влади не знаходяться у зовнішньому становищі щодо інших типів відносин, вони самі виступають результатом генеральної силової лінії, що бере свій початок в глибинах соціального тіла. Влада, як зазначає М. Фуко, є всюди; і не тому, що вона все охоплює, а тому, що вона виходить звідусіль. Для підтвердження тези про злиття інформаційних і владних технологій особливо важливо розуміння М. Фуко нерозривності влади від способів, якими вона здійснює свої стратегії. «Між техніками знання і стратегіями влади немає ніякого проміжку» – стверджує М. Фуко [8, с. 193]. Виходячи з цієї позиції, при розгляді «віртуального образу» політичного простору постмодерного суспільства, слід уникати розхожих висловлювань, ніби влада детермінує діяльність ЗМІ, змушуючи виконувати свої замовлення, або ж, навпаки, самі ЗМІ підміняють владні функції, змушуючи політиків підлаштовуватися в задані ними рамки .

Розповсюджені новітні інформаційні технології, «постмодерністські» війни є особливо страшними. Однак звернемо увагу ще на деякі «мирні» феномени симуляції дійсності, генеровані гібридом владних і мас-медійних технологій.

Класичним прикладом підміни знаком реальності виступають різного роду рейтинги політичних лідерів і партій, які вишиковуються як результати соціологічних опитувань громадської думки. Мета їх є зрозумілою: відобразити реальну політичну ситуацію в країні, з'ясувати, яке місце займає та чи інша сила на політичному горизонті. Але на певному етапі виникає такий стан справ, що об'єктивні дані зроблених опитувань починають прогнозувати результати наступних опитувань, в результаті саме поняття «об'єктивності» стає недоречним, а образ політичної реальності починає передбачати саму

політичну реальність. Ситуація з рейтингами виводить нас на проблему орієнтації реципієнта ЗМІ в океані фактів інформаційної цивілізації. Насправді, «проблеми» тут немає ніякої. Орієнтація здійснюється за допомогою цілком нехитрих практик, і, зауважимо, цілком успішно.

У цьому зв'язку ієрархія цінностей вибудовується залежно від порядку повідомлення та величини газетних заголовків. Одній події можна надати «вагу», наділивши її статусом *headline news*, іншу – відправити на периферію, і тим самим нівелювати її значення до мінімуму, про третю можна забути взагалі, і вона автоматично зникне з інформаційного універсуму, а слідом за цим і взагалі перестане існувати. Немає інформації – немає і факту; немає факту – немає і проблеми. Такими є аргументи світу мас-медій, в якому події народжуються і вмирають одночасно з їх зображенням на екранах телевізорів. Тож медіа технології набувають детермінуючого значення у політиці інформаційної епохи.

Політика в епоху постмодерну як ніколи раніше злилася з технологіями мас-медіа. Особливий статус засобів масової інформації в сьогоденному суспільстві зафіксований в розхожому виразі «четверта влада». Насправді, ситуація складається дещо по-іншому: у реальності відбувається не виникнення нового владного інституту, а трансформація старих під впливом новітніх інформаційних технологій. В теперішній час влада – це не просто політичні та адміністративні структури, а не що інше, як технологічний гібрид, який виявляє себе в «роковому з'єднанні влади та знака».

Щодня світ дедалі глибше інформатизується і занурюється в нові технології; реальні події багаторазово відлунюються у віртуальному просторі (а багато з них взагалі існують лише в ньому). Інформація – сильний інструмент впливу, тому необхідно мати чітке планування і керування інформаційною роботою. Інформація – це дані, які важливі для розуміння та діяльності, в реаліях, які нас оточують. Важливим стає не тільки що повідомляється, але й коли повідомляється: одержувати відомості треба в потрібний момент, щоб вони могли вплинути на ухвалення того чи іншого рішення. Є така думка, що

інформація - це дані, які змінюють нас. Проте в тих умовах, що склались зараз, громадяни будь-якої демократичної країни в основному знають лише те, що їм показують по телебаченню.

Говорячи про медіатехнології, не треба забувати про те, що це саме технології. Тому, як і будь-які інші технології, їх можна вивчити і оволодіти ними. При цьому, не слід забувати, що ми самі піддаємося їхньому впливові і кожен наш крок може бути насправді не нашим бажанням, а майстерним втіленням певної медіа-маніпуляції. На жаль, зовсім надійних засобів вберегтись від цього ми запропонувати не можемо. Більша частина нашого спілкування, тобто комунікації, відбуваються не прямо, а через посередника - ЗМІ. При моніторингу ЗМІ необхідно враховувати, що значна частина інформації – це не те, що суспільство думає насправді, а думка редактора чи власника газети про те, що суспільство *повинно думати* з того або іншого питання, або їхнє уявлення про те, що суспільству цікаво.

Політика здійснюється насамперед в інформаційному просторі. Відома теза «хто володіє інформацією, той володіє світом» сьогодні набуває важливого значення - інформація стає не тільки технологічною основою комунікації, а й субстратом суспільних відносин, у тому числі й в політиці.

Інформаційне суспільство ґрунтується на універсальній, миттєвій інформації, яка перетворює всі сфери індустріального суспільства. Сучасні засоби зберігання, переробки і передачі інформації дозволяють зберігати і миттєво передавати в будь-який час, в будь-яке місце і кожному індивіду будь-який обсяг і будь-який вид інформації. Гігантський обсяг інформації, що циркулює в сучасному суспільстві, якісно нові галузі інформації, що освоюються новітніми інтелектуальними технологіями (включаючи генетичну інформацію), – всім цим сучасна людина, використовуючи новітні засоби комунікації, може ефективно оперувати. Причому інформація вперше виступає не в якості соціальної пам'яті в книгах, а як дієва інформація в комп'ютерах і мікропроцесорах, здатна реалізувати саму себе, вести діалог з самою собою (наприклад, діалог «машина – машина»). Прихід в комунікаційний процес

абсолютно нових засобів накопичення і передачі інформації створює якісно іншу інформаційну середовище. Глобальна мережа Інтернет дозволяє мільйонам користувачів комп'ютерів підключитися до світової інформаційної структури, що означає демократизацію людських зв'язків, коли кожен може заявити про свої ідеї і інтереси. В результаті формується єдиний, глобальний комунікативний простір. Соціальна комунікація, таким чином, є невіддільною від безперервного процесу виробництва і відтворення інформації. Інформаційна система – важливий засіб управління комунікаційними процесами. Вона допомагає людям розібратися в складних і різноманітних явищах і процесах суспільного життя, сприяє виробленню самостійної орієнтації, без якої неможливе формування світогляду. Без інформаційного обміну немає комунікації, тому що суб'єкт комунікації втрачає можливість доводити свої рішення до об'єкта управління і отримувати відповідні сигнали і повідомлення. Тому інформаційні компоненти є елементами змісту всякої комунікаційної системи.

Сучасне суспільство збільшується в розмірах і стає все більш складним, арена спілкування все більше підпадає під вплив засобів масової комунікації – радіо, телебачення, газет, журналів та комп'ютеризованих банків даних. Термін «засоби масової комунікації» (ЗМК) означає всю систему комунікаційних процесів сьогодення, на відміну від терміна «засоби масової інформації» (ЗМІ), який означає лише традиційний набір – телебачення, радіо, преса. Процес комунікації в ЗМК носить двосторонній характер, у той час як у ЗМІ – це, в основному, односпрямований, односторонній процес. Метою засобів масової комунікації, таким чином, є встановлення зворотного зв'язку, а метою засобів масової інформації – донесення повідомлення до комуніканта. Засоби масової комунікації, таким чином, стають важливим механізмом управління сучасним суспільством і мають ряд чітко визначених функцій.

Глобальні трансформації сучасного комунікативного простору, становлення інформаційного суспільства визначають необхідність нового рівня політико-методологічного осмислення поняття «комунікація». Подальший

розвиток суспільства багатьма західними філософами визначається як глобальний процес переходу до інформаційно-техногенної цивілізації, що вимагає нової форми комунікації.

Різноманітними є також і підходи до дослідження комунікаційних процесів. Ще в минулому столітті в країнах Західної Європи було чимало спроб дослідити головні закономірності поширення інформації в суспільстві. Можна виділити два напрямки досліджень масової комунікації на Заході: європейський та американський. Перший напрямок було презентовано переважно філософами, предметом студій яких були питання „масового суспільства”. Представники цієї школи – іспанець Х. Ортега-і-Гассет [6], француз Г. Лебон [4], американець Н. Луман [5] та їхні послідовники – розглядають засоби масової комунікації як інструменти, що забезпечують об'єднання чи роз'єднання натовпу, як один із елементів масового суспільства.

Американська школа репрезентує інший емпіричний напрям досліджень. Одним із перших дослідників масової комунікації в США був відомий журналіст і політичний оглядач У. Ліппман. Він досліджував діяльність мас-медіа як певний вид пропаганди. Суттєвим кроком у розвитку цієї галузі наукового знання були дослідження, присвячені проведенню виборів і конструюванню політичного простору.

В інформаційному суспільстві, на думку Д. Бела, інформація є тим фундаментальним соціальним фактом, який лежить в основі соціальної та економічної реальності. Він вважає, що інформація і теоретичне знання стають стратегічними ресурсами постіндустріального суспільства [1, с. 33]. Інформація та знання, таким чином, стають вирішальними факторами постіндустріального суспільства. І, як зазначає Е. Тоффлер, «інформаційне суспільство кидає виклик людині, її здатності жити у зовсім новому соціальному середовищі, її творчим і моральним силам, здатності до нового типу соціальної комунікації, породжує різноманітні форми самоврядування» [7, с. 47]. Інформаційні технології, нові комунікації долають крайності централізації, концентрації, характерні для індустріального суспільства.

Комунікаційні мережі дозволяють будь-якому ланці виробництва самостійно встановлювати прямі горизонтальні і функціональні зв'язки, минаючи посередництво верхніх бюрократизованих ланок індустріальних ієрархій. Як відзначає Е. Тоффлер, інформаційна революція створює суперсимволічну економіку, замінюючи металеві та паперові гроші кредитними картками, електронними грошима на екрані або в пам'яті комп'ютера. Також індивідуалізованої, гнучкою, що спирається на комп'ютери та універсальні комунікаційні засоби, стає система освіти [7, с. 45]. Праця із засобу створення речей перетворюється у вплив людей один на одного і на інформацію і в зворотній вплив інформації на людину. Виникає новий тип працівника – творча особистість, яка поєднує ініціативу, знання, здатність втілити ідею в життя.

Розмірковуючи над реаліями нашого вітчизняного політикуму, слід підкреслити, що нові технології наздоженуть Україну навіть тоді, коли ми не будемо звертати на них уваги. Вже зараз можна прогнозувати, що через кілька років Україну очікує все більш наростаюча інформатизація всіх сфер її життя, в тому числі й політики. Вона буде пов'язана насамперед з розширенням «зони» Інтернету, а також впровадженням технологій нової якості, близьких тим, що застосовують у глобальній мережі. Вже зараз можна сказати, що одним із наслідків змін буде відмирання деяких традиційних аспектів держави. Більшість функцій циркуляції фінансових коштів переміститься в область інформаційного середовища, і держава частково втратить контроль над цією сферою.

Другий наслідок цих процесів - їх відкритість, що означає, що залишиться мало «закритих» зон для активного інформаційного обміну. Відкритість обміну інформацією – один з принципів Інтернету. Цей принцип можна знайти в декларації незалежності кіберпростору Джона Барлоу, де говориться, що держава більше не контролює Інтернет, який став самостійною сферою, регульованою власними законами.

Третій наслідок інформатизації політики - підвищення інтерактивності обміну політичною інформацією, що означає різке підвищення значення

встановлення зворотного зв'язку із споживачем політичної інформації. Якщо раніше виборці були пасивним об'єктом «піарівських» технологій, то в майбутньому передбачається їх активність в обміні інформацією, отже - в процесі прийняття рішень.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Таким чином, нові види інформаційної комунікації, пов'язані з перебудовою знакової системи, докорінно змінили спосіб реалізації владних установок, медіа технології набули детермінуючого значення у політиці інформаційної епохи. Сучасне суспільство характеризується небаченим раніше збільшенням впливу інформаційної складової на соціальне буття, якими б концептуальними характеристиками ми його не наділяли – постіндустріальне, інформаційне, ринкове, громадянське [3, с. 3].

Перспективним напрямом подальших досліджень є вивчення медіа технологій у контексті електоральних процесів сучасності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество / Дэниел Белл. — Москва: Академия, 1999. — 432 с.
2. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть / Ж. Бодрийяр. — М. : Добросвет, 2000. — 360 с.
3. Дзьобань О.П. Інформаційна безпека у проблемному полі соціокультурної реальності / О. П. Дзьобань — Х. : Майдан, 2010. — 260 с.
4. Лебон Г. Психология народов и масс / Густав Лебон // Диалог. — 1992. — №3. — С. 26—27.
5. Луман Н. Реальность массмедиа / Н. Луман. — М. : Символ, 2005. — 321 с.
6. Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс // Хосе Ортега-и-Гассет. — М. : Культура, 1991. — 327 с.
7. Тоффлер Э. Третья волна. Американская модель: с будущим в конфликте / Э.Тоффлер. — М. : Прогресс, 1984. — 323 с.
8. Фуко М. История безумства в классическую эпоху / М. Фуко. — СПб. : Университетская книга, 1997. — 400 с.