

УДК 327:316.774 (73)«2016»

Зернецька О.В.,
*доктор політичних наук, професор,
завідділом глобальних і цивілізаційних процесів
ДУ «Інститут всесвітньої історії НАН України»*

ГЛОБАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ІМПЕРАТИВ МОДЕРНІЗАЦІЇ ПРОВІДНИХ КРАЇН

В статті досліджується питання внеску глобальної комунікації в процес модернізації провідних країн. Окреслюються межі цього внеску, його етапи й робиться висновок, що розвиток глобальної комунікації, спочатку яскраво уособлений у глобальних супутникових інформаційних мережах на кшталт CNNI, у підводних трансокеанських кабелях, згодом втілюється у породженні веб 2.0 – соціальних мережах, які таж набирають глобального характеру й впливають на модернізаційні процеси. Також окреслюється найближче майбутнє розвитку комунікаційних технологій та їх вплив на політику, дипломатію та військову справу.

Ключові слова: глобальна комунікація, модернізація, глобальні інформаційні супутникові мережі, глобальні підводні кабельні мережі, соціальні медіа, комунікаційні технології веб 2.0.

Зернецкая О.В. Глобальная коммуникация как стратегический императив модернизации ведущих стран. В статье исследуется вопрос вклада глобальной коммуникации в процесс модернизации ведущих стран. Очерчиваются размеры этого вклада, его этапы и делается вывод, что развитие глобальной коммуникации, сначала ярко проявившийся в глобальных спутниковых информационных сетях, таких, как CNNI, в подводных трансокеанских кабелях, затем воплощается в порождении веб 2.0 – сетей социальных медиа, которые также приобретают глобальный характер и влияют на модернизационные процессы. Также очерчивается ближайшее будущее развития коммуникационных технологий и их влияние на политику, дипломатию, военную сферу.

Ключевые слова: глобальная коммуникация, модернизация, глобальные информационные спутниковые сети, глобальные подводные кабельные сети, социальные медиа, коммуникационные технологии веб 2.0.

Zernetska O.V. Global communication as a strategic imperative of leading countries' modernization. The issue of global communication's impact on the modernization process is detected in the article. The depth and the stages of this impact are depicted and the conclusion is made that the development of global communication firstly embodied in global information satellite nets such as CNNI, in transatlantic and transpacific cables, with time has been developed in web 2.0 – social media networks, which have become global too w. The nearest future of communication technologies is pointed out as well as their influence on politics, diplomacy and military affairs.

Keywords: global communication, modernization, global information satellite nets, global transatlantic and transpacific cable nets, social media networks, web 2.0 communication technologies.

Глобальна комунікація відіграє стратегічну роль у модернізації провідних країн світу з політичної, економічної, безпекової, соціальної та культурної точок зору. Ми розглянемо ті етапи її розвитку з останньої чверті ХХ ст., які стали вирішальними у модернізації провідних країн Америки, Європи та Азії.

Аналіз останніх досліджень та публікацій засвідчує, що одні тренди, такі, як розвиток глобальних супутникових новинних мереж, – дістали великої уваги таких учених з різних країн світу, як Р.Негріне, М.Вільямс, Г.Г'юз, Л.Вейбулл, Р.Северінссон, П.Гамфріз, А.Гудфренд, Р.Кун, І.Рейнеке, Н.Е.Гадсон, Ю. Накамура [1]. Інші – такі як передача інформації та даних через трансатлантичні та транстихоокеанські кабелі – залишається здебільшого на периферії інтересів науковців, які вивчають глобальну комунікацію. Соціальні медіа, їх розвиток та використання у різних сферах людської діяльності нині вивчаються цілою плеядою

науковців. Це праці Дж. Кіцмана, К. Герменкса [2], Й. Бенклера [3], К. Танга, Б. Гу, Е. Вінстона [4], Т. Ейшнера та Ф. Джекобса [5].

Мета статті – дослідити внесок глобальної комунікації в процес модернізації провідних країн світу.

Новітнім феноменом у сфері глобальної комунікації, який виник в останній чверті ХХ ст. й бурхливо розвивається протягом наступних десятиліть, стали глобальні супутникові новинні мережі. Датою його народження можна вважати створення першої такої мережі зі штаб-квартирою в місті Атланта, США у 1980 р. Тедом Тернером під назвою Cable News Network (CNN). Хоча саме глобального значення ця мережа набуває 1985 р., коли Тернер через міжнародний супутник реалізує свій проєкт під назвою CNN International (CNNI). З цього часу політичну вагу й вплив на міжнародні відносини глобальної комунікації, яку втілюють CNNI, важко переоцінити.

«Першу скрипку» у глобальному впливі відіграє CNNI. Нею продемонстрована властивість передавати новини з «гарячих точок» на весь світ у прямому ефірі двадцять чотири години на добу сім днів на тиждень. Це було особливо наочно продемонстровано 1990 р. під час війни у Перській затоці. Саме відтоді у політичній комунікації використовується термін «ефект CNN». Це означає, що, коли у світі відбувається щось важливе, люди часто дізнаються про це саме завдяки CNN або, почувши деінде про цю або іншу новину, вмикають CNN або заходять на сайт CNN.com, щоб дізнатися про події «з перших рук». Ця глобальна супутникова новинна мережа стала необхідною складовою інформаційного забезпечення кожного дипломатичного відомства у світі, інформаційним ресурсом, без якого нині неможливо уявити функціонування світової політики й світової міжнародної політичної практики. CNNI давно «переросла» функції суто новинного телевізійного каналу, оскільки вона нині використовується державними діячами, політиками, топ-менеджментом економічного й фінансового бізнесу, міжнародними неурядовими організаціями, екстремістськими угрупованнями тощо і як трибуна, користуючись якою вони можуть проголошувати свої наміри й рішення на весь світ, і як носій різноманітних, але насамперед – дипломатичних послань.

Глобально оприлюднені послання – нова форма дипломатичного дискурсу, новий механізм взаємин у практиці міжнародних відносин. Мобільністю, відкритістю, дієвістю впливу, вимогами швидкої відповідної реакції від політичного реципієнта така форма є новою також порівняно зі сторіччями випробуваними методами таємної дипломатії. Тобто, завдяки цьому засобу глобальної комунікації арсенал дипломатичних каналів і методів розширюється. Проте не можна не відзначити, що відбувається процес подальшої медіатизації

міжнародних відносин, що особливо стає помітним під час кризових ситуацій [6].

Ми так звикли до ролі супутників у передачі інформаційних програм, трафіку Інтернету, даних та фільмів, що часто недооцінюємо роль глобальних підводних кабельних мереж, що неодноразово оперезали увесь світ. Натомість саме вони становлять 90 % від усіх глобальних комунікацій, тоді як супутникові – лише 10 %.

Сьогодні кабельні підводні мережі підтримують 99 % океанського трафіку Інтернету і є стратегічним імперативом модернізації провідних країн. Звідти сигнали, що передаються, спрямовується від міжнародних кабелів до національних головних кабелів та регіональних. Так само, як морські порти та аеропорти, кабельні станції є вирішальними вузлами, стратегічними геополітичними дислокаціями, де різноманітні меседжі затримуються або призупиняються, цензуються або перехоплюються. Відповідно до однієї з інформацій, наданих Едвардом Сноуденом, розвідувальні агентства, зокрема агентства національної безпеки США і головне управління урядових комунікацій США, моніторили трафік на кабельних станціях. Це не є сюрпризом для тих, хто знайомий з історією кабелів телеграфної ери. Уряди перевіряли послання, які проходили через їхні береги до підводних кабельних станцій. Тож є місця, де безпека набуває абсолютно критичного значення. І це кабельні станції, оскільки електрика може бути відключена, жучки можуть бути поставлені в систему, а трафік може бути спеціально переорієнтований. Ми звикли думати про кібербезпеку у термінах хакерських атак, але дані також піддаються нападу на шляхах фізичних ліній їхніх кабельних мереж.

Розвиток сучасних оптоволоконних кабельних станцій, які підтримують сьогоднішній трафік Інтернету, відбиває сучасний ландшафт безпеки. Станції захищені від тактичних терористичних атак на землі. Кабельні компанії захищають навколишнє середовище навколо станцій. Таке убезпечення називається «буферною зоною». Нині кабельні станції часто залишаються не позначеними на картах та не мають ніяких спеціальних позначень у місцевості, де вони розташовані. Деякі з них не публікують своїх адрес. Інші – означені у спеціальних урядових документах тільки координатами. Такі стратегії кібербезпеки кабельних станцій мають на увазі моніторинг місцевості та приміщення камерами безпеки, утримання інформації та регулювання буферної зони, приводять до маніпулювання зоною розташування станцій, роблять мережу безпечною, збираючи інформацію про її функціонування і не дозволяючи виходу цієї інформації назовні.

Вже минули ті часи, коли прокладанням телекомунікаційного підводного кабелю опікувалися імперії і держави. Нині окремі корпорації досягли такого глобального характеру, що можуть дозволити

собі робити це самотужки або із компаніями інших держав, які вони самі обирають собі у партнери. Так, пошуковий гігант Google та 5 азійських телекомунікаційних компаній домовилися інвестувати приблизно 300 млн. дол. в розвиток транс- тихоокеанської кабельної мережі, яка з'єднає Сполучені Штати та Японію. Цей кабель назвали «Faster», тобто, – «швидше». Кабель з потужністю 60 терабіт у секунду з'єднає Лос-Анджелес, Портленд, Сан-Франциско, Орегон, Сіетл із такими містами у Японії, як Чікура та Шима.

NEC Corp., яка виступає системним постачальником для цієї кабельної мережі, заявила, що будівництво мережі закінчено й введено в експлуатацію у другому кварталі 2016 р. Це підводна кабельна мережа спроможна також з'єднувати сусідні кабелі системи, аби вони продовжувалися від Японії до інших азійських держав. Треба відзначити, що Google вже оперує своїми надшвидкісними кабельним телебаченням та Інтернетом в районі Канзас Сіті. Це є свідченням того, що потреба в Інтернеті у світі зростає й він теж є стратегічним імперативом модернізації провідних країн і глобальних ТНК.

Багато відомих вчених – соціологів, політологів, філософів, таких як Н. Луман, М. Кастельс, М. Маклюен, Дж. Семпсі, А. Турен, Ю.Хабермас, У. Еко – у своїх працях уявляли соціум як світ спілкування, в якому нові інформаційно-комунікаційні засоби стають одним із найважливіших інструментів орієнтації людини в світі та взаємодії людей один з одним. Нове комунікаційне середовище, створене Інтернетом, дає можливість говорити про нього як про особливий соціально-комунікативний простір. Він має багато функцій. Так, він є глобальним комунікаційним каналом, який забезпечує передачу мультимедійних повідомлень по всьому світу (комунікаційно-просторова функція). Він є загальнодоступним сховищем інформації (комунікаційно-часова функція), а також – засобом соціалізації й самореалізації особистості й соціальної групи (комунікаційно-соціалізуюча функція) [7]. Тепер вже Інтернет можна визначити як глобальну соціальну комунікаційну комп'ютерну мережу, призначення якої – задоволення особистісних та групових комунікаційних потреб за рахунок використання телекомунікаційних та комп'ютерних технологій. З експонентним розвитком Інтернету і поступового набуття їм функцій засобу глобальної комунікації частина науковців вважає, що на одне з перших місць за значенням стала виходити консолідуєча функція, яка сприяє інтенсивній консолідації людей і виникненню нових соціальних груп або віртуальних співтовариств, які функціонують за особливими правилами («нетикет», «мережекет» тощо) [8, с. 9-52].

Сьогодні найбільш дієвим засобом соціалізації людини в мережі є технології веб 2.0, які ще називають соціальними сервісами. Завдяки їм, по-перше, кожний користувач мережі Інтернет має можливість стати

творцем контенту, а не тільки пасивним користувачем інформації, а подруге – отримує доступ до презентаційних та комунікаційних веб-інструментів, які дозволяють не тільки мати зв'язок з необмеженою кількістю користувачів, але й створювати віртуальні співтовариства, а також розміщувати або створювати будь-які матеріали. У цьому зв'язку говорять про виникнення поняття «гіперавторство» на основі гіпертекстуальності [9], оскільки гіпертекст у поєднанні з технологіями веб 2.0 стимулює перехід від пасивної ролі читача й слухача до активного створення контенту [10], зазначають, що читання гіпертексту, тобто «створення лінійного тексту шляхом лінеаризації нелінійного» [11], є виходом людства на якісно нові форми інтелектуальної діяльності.

Ми знайшли нові дані щодо того, що соціальні медіа-платформи та інші он-лайн джерела інформації перебирають на себе роль традиційних джерел інформації, таких як The New York Times. Вони стають головними каналами, через які новинна інформація продукується та циркулює. Такі сайти, як Facebook, Twitter, Weibo та інші мікроблогові сервіси приносять новини прямо до людей [12]. Деякі зарубіжні автори твердять, що ера пошуку інформації закінчується – все менше посилань на новинні сайти Google і все більше на трафік, який постачає новини, які надають соціальні медіа-мережі [13].

Стратегічним імперативом у політичній модернізації провідних країн соціальні мережі є й тому, що голови держав – найбільш відомий з них президент Обама – використовують соціальні мережі, аби досягти уваги молодій генерації, яка по суті відвернулася від традиційних медіа. Цей процес став глобальним і нарощує швидкість протягом останніх декількох років. Наприклад, президент Ірану Руані почав користуватися мережею Twitter, тоді як для пересічних іранців користування цією мережею заборонено.

Водночас стає очевидним, що потенціал соціальних медіа, в якому вбачали інструмент зменшення ієрархій в державі, є таким, що дозволяє контроль і маніпуляцію, як і в попередніх традиційних медіа-системах. Тільки засоби контролю й маніпуляції стають і в Інтернеті, і в соціальних медіа більш витонченими, враховуючи складні взаємовідносини, які виникають між технологічними компаніями, урядом та глобальною публікою. Всі ці актори розуміють, що доступ до інформаційно-комунікаційних технологій та соціальних медіа – це вираження нової боротьби за владу. В тій мірі, в якій держави починають адаптуватися до сучасних комунікаційних практик, вони починають розуміти соціально-політичну, технічну та економічну владу, яку вони дають. Завдяки зростаючій швидкості, з якою контент може бути виробленим і розповсюдженим, державні і недержавні актори використовують нові стратегії для контролю як своїх меседжів, так і для

тих, що створені іншими учасниками інформаційно-комунікаційного процесу.

Усе більше зростає важливість розвитку тих рамок, в яких буде відбуватися управління новими медіа. Наприклад, нині вже недостатньо розповсюджувати тексти, які мають стратегічний характер для тієї або іншої провідної держави, використовуючи агентства на кшталт Associated Press чи Reuters-Thompson. Тепер використовується технологія так званої «ехо-кімнати», тобто коли ті самі повідомлення приходять до юзерів крізь різноманітні блоги, ретвіти (від англ. retweet).

Є й багато позитивних моментів у використанні Інтернету та соціальних медіа. Наприклад, їх використовують місцеві уряди для поширення надважливої інформації безпосередньо громадянам. Особливо це стосується кризових ситуацій, як-от повідомлення про ураган Сенді, які розповсюдили офіційні особи в якості попередження жителям Нью-Йорку.

Значимо також, що Гіларі Клінтон стратегічно використала свій аккаунт у мережі Twitter, аби оголосити, що вона висуває свою кандидатуру на місце президента США на виборах 2016 р. Ми бачимо, що в такий спосіб соціальні медіа демонструють, що вони можуть бути не тільки середовищем, де новини розповсюджуються, але й середовищем, в якому вони створюються.

В останні роки з виникненням та глобальним розповсюдженням соціальної мережі Facebook вона стає стратегічним імперативом модернізації США. Статистика щодо діяльності Facebook надається як самою цією соціальною мережею, так і різноманітними іншими джерелами: наприклад, це можуть бути журнали (Forbes), блоги (Bit.ly.blog), телемережі (CNBC, CNN), маркетингові агентства (Zephoria). Всі вони націлені практично на виконання однієї мети: подальшої популяризації мережі Facebook. Хоча це може бути подано під різними, так би мовити, «соусами»:

- «гола статистика» (наприклад, на кінець квітня 2015 р. існувало 1.1 млрд. 103 млн. активних користувачів в Facebook);

- статистика за джерелами самої компанії Facebook, яка надається у порівнянні з іншими мережами, що підкреслює могутність першої (наприклад, «Маючи 1 млрд. 49 млн. активних користувачів щомісячно, тоді як What's App. – 500 млн., Twitter – 284 млн. та Instagram – 200 млн., Facebook продовжує бути лідером і тримає корону першості серед інших каналів соціальних медіа» (джерело: CNBC);

- прямі пояснення читачам: «Що це означає для вас? Якщо ви довго вагались, ця статистика усуває ваші вагання. Facebook занадто великий, аби його ігнорувати»;

- підштовхування до того, щоби користувач Інтернету став юзером Facebook у вигляді поради, наприклад: «Найвища швидкість трафіка у

Facebook відбувається всередині тижня між 1-ю і 3:00 годинами дня». Порада: «Як це може допомогти вам: ви маєте потенціал досягнути найбільшого числа користувачів у цей час, у пікові години»;

– і насамкінець відверте визнання, що використовуються маркетингові стратегії для зацікавлення своїми продуктами користувачів Facebook. Наприклад: «968 млн. чоловік стали користувачами Інтернету у червні 2015 р., що репрезентує 17 % підвищення кількості користувачів за рік. Далі йде пояснення: величезні й зростаючі цифри активних і постійних юзерів Facebook, роблять їх плідною аудиторією для ваших маркетингових зусиль» (статистичні дані взяті з маркетингово агентства Zephoria [14]).

Тож аналіз статистичних даних у різних джерелах мас-медіа, – як традиційних так і нових, – дає усі підстави говорити про стратегічне використання соціальною мережею Facebook різноманітних маркетингових стратегій і тактик для збільшення глобальної присутності цієї соціальної мережі в світі й тим самим – здійснення стратегічних імперативів Сполучених Штатів – глобальної присутності у світі та великою мірою контролю над користувачами цієї соціальної мережі та маніпулюванням ними.

Які ж перспективи має людство в контексті комунікаційних технологій найближчого майбутнього, що може із упевненістю зробити подальший розвиток цього напрямку глобальної комунікації стратегічним імперативом провідних країн світу? Про це пише присутній на засіданні Глобальної ради з вироблення Порядку денного Всесвітнього економічного форуму виконавчий редактор журналу «Scientific American» К. ван дер Елст: «Оскільки розвиток науки передбачає візуалізацію думок, комунікація все більшою мірою буде посилена конверсією живої мови у письмєнну та візуалізацію емоцій, в такий спосіб технології зможуть великою мірою спростити розуміння між дипломатами, що може привести до полегшення процесу розв'язання конфліктів. Водночас посилені комунікаційні технології зроблять традиційну міжнародну дипломатію неефективною, оскільки вся необхідна інформація буде отримана без посередників. Виникаючі технології також вплинуть на військовий сектор; більше анонімних та ефективних атак чи більше непомітних атак, таких, як дії хакерів, можуть бути результатом цього. Таким чином, дуальність технологічного впливу може підірвати або змінити баланс твердої та м'якої сили, що в свою чергу змінить процес міжнародних взаємин у дипломатії. Чи будуть дипломати використовувати нові комунікаційні технології, чи ці технології будуть використані на них самих без їхнього відома – покаже найближче майбутнє» [15]. Можна замислитися, до чого тоді зводиться дипломатія, коли стане можливим візуалізація думок? Принаймні таємна дипломатія, яка налічує тисячі років, стане

неможливою. Такі імперативи очікують людство з боку комунікаційних технологій у близькому прийдешньому, якщо взяти до уваги прогнози американських науковців.

Проаналізовані й виділені реальні етапи впливу глобальної комунікації на розвиток провідних країн світу дають підстави стверджувати, що вона залишатиметься стратегічним імперативом модернізації у XXI ст.

Використані джерела та література:

1. Satellite Broadcasting: The Politics and Implications of the New Media. / Ed. By R.Negrine. – New York: Routledge, 2013. – 284 p.

2. Kietzmann, J. Social Media? Get Serious! Understanding the Functional Building Blocks of Social Media / J. Kietzmann, K. Hermkens // Business Horizons. – 2011. – № 54. – P. 241-251.

3. Benkler, Y. The Wealth of Networks / Y. Benkler. – New Haven: Yale University Press, 2006. – 426 p.

4. Tang, Q. Content Contribution for Revenue Sharing and Reputation in Social Media: A Dynamic Structural Model / Q. Tang, B. Gu, A.B. Whinston // Journal of Management Information Systems. – 2012. – № 29. – P. 41-75.

5. Aichner T. Measuring the Degree of Corporate Social Media Use / T. Aichner, F. Jacob // International Journal of Market Research. – 2015. – № 57 (2). – P. 257-275.

6. Зернецкая О.В. Глобальные спутниковые новостные сети: начало XXI века / О.В. Зернецкая // Respectus Philologicus. – 2009. – № 15(20). – P. 210-219.

7. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации: уч. пособие [Текст] / А.В. Соколов. – СПб.: Михайлов, 2002. – 460 с.

8. Горошко Е.И. Современные интернет-коммуникации: структура и основные характеристики / Е.И. Горошко // Интернет-коммуникация как новая речевая формация. – М.: Изд-во Наука, Изд-во Флинта, 2012. – 323 с.

9. Михайлов В.А. Особенности развития информационно-коммуникативной среды современного общества / В.А. Михайлов, С.В. Михайлов // Сборник научных трудов «Актуальные проблемы теории коммуникации». – СПб.: Изд-во СПбГПУ, 2004. – С. 34-52.

10. Палкова А.В. «Multimediu» Интернет в контексте развития средств массовой информации и коммуникации / А.В. Палкова // Вестник ТвГУ. Серия «Филология» (лингвистика и межкультурная коммуникация). – 2012. – № 10. – Выпуск 2. – С. 110-118.

11. Ним Е.Г. Жизненный мир массмедиа: онтологические трансформации / Е.Г. Ним // Вестник Челябинского государственного университета. – 2010. – № 16. – С. 34-40.

12. Caplan R. On the Geopolitics of Platforms [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://blogs.worldbank.org/publicsphere/geopolitics-platforms>

13. Napoli P.M. Social Media and the Public Interest / P.M. Napoli // Telecommunications Policy. – 2014. – No 2. – P. 2.

14. The Top Valuable Facebook Statistics – Updated December 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://zephoria.org/>

15. Van der Elst K. Four Geopolitical Questions We Can't Avoid When We Think about Emerging Technologies [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://blogs.scientificamerican.com>