

Трансформації віртуального простору та парадигми впливу мас-медійних дискурсів

Ольга Зернецька,

доктор політичних наук,
провідний науковий співробітник
Інституту світової економіки
і міжнародних відносин НАН України

Павло Зернецький,

кандидат філологічних наук,
професор Національного університету
„Києво-Могилянська академія”

Стаття присвячена одній з найактуальніших проблем сучасної теорії комунікації – визначенню процесів формування віртуального простору та (вперше) розгляду запропонованої авторами ієрархічної моделі стратегій його трансформації. Виокремлюються такі рівні організації віртуального простору: цивілізаційний, культурний, релігійний, політичний, мотиваційний, когнітивний та вузькоіндивідуальний. Аналізуються приклади стратегій трансформацій віртуального простору, орієнтованих на вплив на вказані рівні його організації.

Сучасну епоху прийнято називати добою глобалізації, хоча й досі вчені дають суперечливі відповіді на запитання, що ж таке глобалізація, в чому її суть? Відрізняються також і відповіді на запитання про її хронологічні рамки та основні етапи. Загальноприйнятим є твердження, що наслідком процесу глобалізації стане перетворення людства на єдину структурно-функціональну систему. Ознакою системи є організація за принципом ієрархії, для якого притаманне забезпечення життєдіяльності системоутворюючих елементів та блоків за допомогою інших елементів та блоків [1]. Щодо сучасного світу, то не викликає сумніву очевидна нерівність між високорозвиненими країнами Заходу та іншими країнами. Отже, спостерігаємо, з одного боку, інформаційне суспільство, де все більше влади має так звана „датакратія”, тобто люди або інституції, які володіють великим масивом інформації (інакше кажучи, інформаційною владою), та інші суспільства, які в більшій чи меншій мірі відстають від

розвинених країн.

Глобальні закономірності і тенденції інформаційного суспільства, що зараз формується, визначаються переважно інтересами та можливостями країн так званого „золотого мільярда” і впливають на життя інших країн. Нинішня ієрархічна система базується на гегемонії Заходу у різних сферах: інформаційній, валютно-фінансовій, військово-політичній.

Людська цивілізація дуже залежить від комунікативних процесів. Різко збільшився обсяг інформації, яка виробляється та споживається. В структурі сучасної цивілізації комунікативний компонент значно впливає на політичні, економічні та військові системи. Але цікавим також є твердження американських аналітиків, що технології інформаційного суспільства дають можливість зрівняти індустріальні, постіндустріальні та доіндустріальні країни – всім країнам доступний інструментарій, що може використовуватися для інформаційної війни. Населення навіть найвідсталіших країн має телевізори або принаймні радіоприймачі. Відсталі за одними параметрами країни можуть бути розвиненими за якістю інформаційних технологій. Яскравим прикладом може бути Індія, яка володіє досить потужними інформаційними технологіями.

На різних етапах свого розвитку людська цивілізація породжувала різні системи цінностей та власні міфи. Сьогодні це роблять мас-медіа, кіно, масова література. Ці компоненти корелюють одне з одним та утворюють системну картину світу. Кожна країна у всі часи мала власні соціально-ціннісні системи, які визначають подальший її розвиток, в тій чи іншій мірі гарантують її самозбереження. Такі системи утворюють віртуальний простір, тобто сукупність соціальних, культурних, ціннісних чинників, котрі можуть суттєво впливати на реальність: створювати її, підтримувати, а можуть і руйнувати. Віртуальний простір може бути рушійною силою змін у соціальній системі. Якщо цей простір не може задовольняти вимог, що висувуються суспільством, то настає так звана „втома” віртуальної системи, і цей процес призводить до змін у ній [2].

Серед можливостей подальшого розвитку системи окреслюються такі: 1) руйнація системи та її заміна новим варіантом віртуальності; 2) збереження старої системи шляхом її трансформації; 3) повне відмежування від старих політичних гравців та старої віртуальності; 4) ритуалізація старого віртуального простору, яка є реакцією на його вичерпаність.

Головним конфліктом та рушійною силою процесу глобалізації є антогонізм між штучним (і, в першу чергу, в інформаційних суспільствах – віртуальним) та природним компонентами сучасних цивілізацій. Процеси формування віртуального простору інформаційних суспільств відбуваються так швидко в історичному плані, а трансформації такого простору та його впливу на життя окремих країн у добу глобалізації є настільки непередбачуваними з точки зору сучасного знання людства, що

**Трансформації віртуального простору
та парадигми впливу мас-медійних дискурсів**

Ольга Зернецька, Павло Зернецький

перед ним постало завдання створення нового світобачення на основі синергетичної інтеграції релігії, науки та культури.

Засоби масової комунікації, починаючи від друкованих, потім – до радіо і телебачення, і, нарешті, завдяки Інтернету, поступово так скоротили простір і час обміну інформацією та збільшили феномен „присутності” індивіда в певних світових подіях, що на сучасному етапі динамічного розвитку країн „золотого мільярда”, та, певною мірою, також суспільств, які до них наближаються (хоча б за розвитком інформаційної сфери), виникає і розвивається ефект „всеприсутності” індивіда в просторі, і, у великій мірі, навіть „всеприсутності” індивіда в часі завдяки його можливості швидко подорожувати як у сучасне, так і в минуле Інтернетом. Це надає індивідові певні трансцендентальні якості, котрі людство раніше приписувало лише Богові.

Межа ХХ – ХХІ століть характеризується новими політичними, економічними, культурними процесами і тенденціями, які поступово набули глобальних масштабів. Можемо спостерігати складні реалії сучасного світу з його непередбачуваною політичною динамікою та економічними і соціальними трансформаціями. Нинішні глобальні трансформації значно мірою зумовлені тим, що людство вступає в інформаційну еру, якій притаманні складні процеси комунікаційної революції, інформаційних та психологічних війн, що суттєво впливають на встановлення світового порядку.

„Глобалізація” стала ключовим словом кінця ХХ століття, яке вживається завжди, коли дискутуються процеси соціальних змін відповідно до різних аспектів суспільного розвитку.

Глобальний розвиток систем масової комунікації дедалі більше впливає на епохальні зрушення. Масова комунікація, тобто виробництво інформації за допомогою найновітніших технічних засобів, зумовлює нові моделі поведінки для мас, і такі моделі уособлюються, зокрема, в масовій культурі.

У 1980-х роках утворюються технічні, економічні та політичні умови появи нового явища – глобальних засобів масової комунікації. У глобальних медіа-імперіях акумулюється величезна економічна влада, яка починає впливати на соціальне та політичне життя окремих країн і регіонів, на міжнародні відносини, міжнародну політику. Вже можна говорити про специфічні форми існування мас-медіа і міжнародних відносин – це медіа-дипломатія і віртуальна дипломатія [3] та мережова дипломатія [4].

Технічні відкриття та технологічні зміни останньої чверті ХХ століття забезпечили динамічний розвиток новітніх засобів масової комунікації, зокрема кабельного і супутникового телебачення. Індустріально розвинені країни за одне десятиліття перейшли від однієї телевізійної епохи до іншої. Саме в цей час впроваджуються нові, так звані „просто вдома” телевізійні канали. Потужного розвитку набуває кабельна технологія. З 1970-х років

швидко розвиваються відеотекст і телетекст. Нині вже спостерігаємо диджитальну революцію, яка поклала початок конгломератів мас-медіа та комп'ютерних медіа. Медіа-індустрії стали відігравати особливо важливу роль у загальному процесі транснаціоналізації, оскільки засоби масової комунікації привертають увагу до будь-яких товарів взалі та медіа-продуктів зокрема. Усі ці процеси та явища спричиняють зміни віртуального простору та його структури і зумовлюють використання нових тактик і стратегій, які залучаються для цього.

Ми вважаємо, що (з огляду на змістову спрямованість) стратегії трансформацій віртуального простору утворюють певну ієрархію в залежності від орієнтації на певний рівень його організації – від найзагальнішого (цивілізаційного) аспекту до аспектів функціонування індивіда (когнітивного, мотиваційного тощо). Отже, стратегії трансформацій віртуального простору за цією ознакою можемо поділити на:

- ³⁵₁₇ цивілізаційно-орієнтовані;
- ³⁵₁₇ культурно-орієнтовані;
- ³⁵₁₇ релігійно-орієнтовані;
- ³⁵₁₇ політично-орієнтовані;
- ³⁵₁₇ мотиваційно-орієнтовані;
- ³⁵₁₇ когнітивно-орієнтовані;
- ³⁵₁₇ вузькоіндивідуально-орієнтовані.

Наприклад, до цивілізаційно-орієнтованих стратегій можна віднести ті, що спрямовуються на поширення історично утворених у протестантському християнстві (Дж. Локк) цінностей верховенства права, розподілу гілок влади, прав людини і плюралізму думок, які лежать в основі сучасних європейської та північноамериканської цивілізацій.

Існує протиставлення двох концепцій ідейно-ціннісних поглядів на цивілізаційний процес – соціоцентричного та персоналістичного.

Перша віддає перевагу колективному буттю: народ, держава, конфесія, клас тощо вважаються важливішими, ніж особистість, і є первинними стосовно особистості. Щодо особистості, то вона сприймається як функція, засіб; у давні часи проявом такого підходу було принесення людських жертв ідолові (державі, народу, конфесії тощо). Такі ідеології у своєму розвитку прагнуть до тоталітаризму.

Друга концепція віддає перевагу особистісному аспекту над соціальним. Цей підхід превалує в суспільствах, що базуються на певних формах релігійної свідомості, для яких особистість (тобто те, що пов'язується з її духовним станом) може безпосередньо спілкуватися з вищою сутністю – Богом, може ставити і давати відповідь на такі питання, як: що є життя і смерть, безсмертя, воля, визначеність, персональна відповідальність тощо.

Від тоталітаризму Україна перейшла (чи була свідомо переведена) до постмодерністського безціннісного і безідеологічного суспільства та

ціннісної невизначеності й стагнації. Тільки події кінця 2004 року, пов'язані з президентськими виборами та помаранчевою революцією, дали суспільству через його віртуальний простір імпульс до більш-менш осяжної та інтегрованої перспективи персоналістичного західно-цивілізаційного розвитку. Індикатором спрямованості трансформацій саме у цьому напрямку могли слугувати, окрім суто змістових комунікативних стратегій команди В. Юценка, зокрема, й активне запрошення до участі у виступах на Майдані священиків різних конфесій.

Акцентування комплексу соціоцентричних або персоналістичних поглядів на цивілізаційну складову суспільного життя чи їх нової конфігурації можуть становити змістову складову цього рівня стратегій трансформацій віртуального простору певної країни.

До культурно-орієнтованих стратегій ми відносимо ті, що спрямовуються на внесення відповідних змін до культурно-вмотивованих особливостей поведінки індивідів у таких сферах [5]:

³⁵₁₇ орієнтація в часі/подіях;

³⁵₁₇ дихотомічне/холістичне мислення;

³⁵₁₇ кризова/некризова орієнтація;

³⁵₁₇ орієнтація на завдання/на людину;

³⁵₁₇ фокусування на статусі/на досягненнях;

³⁵₁₇ приховування вразливості/бажання продемонструвати вразливість.

До релігійно-орієнтованих стратегій трансформацій віртуального простору належать переважно такі, що спрямовуються на інтегрування / ігнорування/заперечення тих чи інших релігійних цінностей у суспільне життя та/або надання/ненадання переваг однієї/груп релігій чи конфесій у духовній сфері життя суспільства.

Найефективніші у змістовому плані сучасні політично-орієнтовані стратегії можуть бути спрямовані, зокрема, на:

³⁵₁₇ перегляд програм локальної/національної/регіональної/глобальної політики;

³⁵₁₇ надання громадянам права голосу в ухваленні рішень у цих програмах;

³⁵₁₇ здійснення громадянами ініціативи та контролю у цих програмах;

³⁵₁₇ пропонування засобів прищепити урядам, міжнародним структурам та корпораціям відповідальність за свої дії та рішення.

У добу глобалізації участь суспільних, політичних організацій (від регіональних до ООН) орієнтують власну діяльність на трансформацію ситуацій в окремо взятих країнах, активно проводяться кампанії транснаціонального громадянського суспільства, наприклад, „Ювілей 2000" (кампанія списання боргів слаборозвинених країн), Міжнародна коаліція за утворення Міжнародного кримінального суду, кампанія проти Багатосторонньої угоди з інвестицій, кампанія за приєднання до Оттавської конвенції із заборони протипіхотних мін тощо.

Одними з найдієвіших стратегій трансформації віртуального простору цього рівня під час помаранчевої революції стали заклики до „моральної” політики, що включали саме сформульовані вище принципи прозорості політики влади в умовах громадянського суспільства.

Базові стратегії мотиваційно-орієнтованого рівня трансформацій спрямовуються на переконування реципієнтів у можливості досягнення їх цілей. Люди свідомо прагнуть того, що можуть, за їхньою оцінкою, реально досягти. Ілюстрацією стратегій такого рівня може слугувати заклик Майдану „Разом нас багато, нас не подолати” та відповідний приспів пісні „Гринджолів”.

На цьому рівні в основі формування віртуального простору України кінця ХХ – початку ХХІ сторіччя до президентських виборів 2004 року лежало свідоме та/або підсвідоме широке використання владою мотиваційного фактора відповідності цілі, кількісний фактор мотивації, який є показником переважної орієнтації на підсвідоме людини. Реалізація фактора несвідомого тісно пов’язана з базовим/мотиваційним принципом задоволення. Практично всі медіа у тій чи іншій мірі формували запит на беззастережне задоволення інстинктів суб’єкта інформаційного впливу при майже повному ігноруванні ролі стримуючих зовнішніх впливів суспільства на особистість, їх цивілізаційних, культурних, суспільно-політичних складових. Це було домінуючим змістом мотиваційного рівня українського варіанту гедоністично-орієнтованої постмодерністської моделі створення віртуального простору.

До більш високих потреб мотиваційного рівня, за А. Маслоу [6], належать: потреба у безпеці; потреба в любові та приналежності; потреба в повазі і потреба в самоактуалізації.

Саме контраст між фізіологічним рівнем пропаганди провладного кандидата і гаслами опозиції, спрямованими на реалізацію вищих людських мотиваційних цінностей, забезпечували інтелектуальну перевагу останніх. Основне гасло такого рівня – „Встаньмо з колін!” підтримували тактичні гасла, що реалізували в тій чи іншій мірі потребу в безпеці („Міліція з народом”), заклики до толерантності щодо політичних опонентів, задоволення потреб у повазі („Ми не бидло, ми не козли”) тощо.

До стратегій когнітивно-орієнтованого рівня належать ті, що формують:

³⁵₁₇ бажання знати та розуміти;

³⁵₁₇ естетичні потреби.

До першого типу належить кредо 5-го каналу – „Канал чесних новин”, до другого – висловлювання В. Ющенка про „елегантність” помаранчевої революції, високу культуру поведінки її учасників.

Вузькоіндивідуально-орієнтовані стратегії трансформації віртуального простору базуються на маніпуляції в певних цілях справжніми/удаваними порушеннями у забезпеченні в суспільстві базових інстинктів індивідів: інстинктів власності, самозбереження,

**Трансформації віртуального простору
та парадигми впливу мас-медійних дискурсів**

Ольга Зернецька, Павло Зернецький

сексуальних, травних тощо. Оскільки вони є інтегральним фактором соціального життя, колективним рефлексом, висвітлення їх фактичного/ удаваного придушення може призвести до революційного руху, та, відповідно, встановлення нових параметрів і стандартів у цій сфері віртуального простору. У великій мірі саме їх ігнорування владою в Україні призвело до кризи наприкінці 2004 року.

Сучасні мас-медійні дискурси пропонуємо класифікувати за типом структури комунікативної ситуації, в якій вони розгортаються, та яку вони, відповідно, пропонують адресатові. Такий підхід є суттєвою складовою дискурсивного аналізу мас-медійної комунікації як соціолінгвального явища [7].

До першого типу відносимо традиційні мас-медійні дискурси: газетний; радіо; телевізійний.

За структурою передачі комунікативної/некомунікативної ситуації одиниці мовленнєвої діяльності, що утворюють ці дискурси (мовленнєві акти, ходи, трансакції), називаємо медійно транспонованими: вони у формі непрямої мови передають ті чи інші мовленнєві/немовленнєві дії своїх персонажів („Президент привітав...”, „Міністерство висловлює занепокоєння...” тощо). Адресат таких дискурсів за своїм статусом майже не відрізняється від традиційного читача/слухача/спостерігача, а недовірливий автор виконує комунікативну роль переповідача подій (така традиція була започаткована ще в давніх історичних хроніках).

З появою та бурхливим розвитком [8 – 12] Інтернету можливими стали принаймні два нові виразні напрямки, за якими розвиваються нові типи мас-медійних дискурсів. Перш за все, вони відрізняються явною відмовою від редагування (фреймінгу), характерного для газетного, радіо- та телевізійного дискурсів. Маємо на увазі стенографічні Інтернет-звіти, наприклад, дебатів парламенту Великої Британії. Полілогічний дискурс такого типу є реальною комунікацією, а користувач Інтернету виступає в цьому випадку у ролі стороннього слухача (англ. *усталений термін теорії мовленнєвих актів – by-standing hearer*), що, вочевидь, призводить до помітного зростання дієвості комунікативного впливу такого типу дискурсу на адресата.

Нарешті, в Інтернеті розвивається такий тип мас-медійного дискурсу, до якого належить, наприклад, Інтернет-опублікована християнська проповідь, що безпосередньо звертається за спрямованістю своїх мовленнєво-діяльнісних складових до користувача Інтернету. Такий тип мас-медійного дискурсу стає засобом квазі-реального прямого спілкування з адресатом. Схожим на нього за типом реалізації комунікативної ситуації мас-медійним Інтернет-дискурсом є Інтернет-оповідь, наприклад, така, що за формою є перехідною від традиційного формату мультфільму до інтерактивної гри (пор. відомі серіали з Масянюю або „Веселі яйця”).

Багатоаспектне вивчення явищ формування віртуального простору та ієрархії стратегій його трансформацій може стати науковим підґрунтям для розвитку цілої низки суспільних наук: політології, соціології, культурології, теорії комунікацій, журналістики та інших.

Література:

1. **Павленко Ю. В.** История мировой цивилизации. — К.: Феникс, 2002. - С. 7 - 88.
2. **Почепцов Г. Г.** Динаміка віртуального простору в рамках віртуальної війни і революції / Політичний менеджмент, №5 (8), 2004. - С. 3 - 14.
3. **Зернецька О. В.** Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні віносини. - К.: Освіта, 1999. - С. 196 - 237.
4. **Зернецька О. В.** Дипломатія мережева / Українська дипломатична енциклопедія у 2-х т./ Редкол.: Л. В. Губерський (голова) та ін. - К.: Знання України, 2004. - Т. 1. - С. 381.
5. **Зернецький П. В.** Типологія особистості: міжкультурні, психологічні та мовленнєві аспекти // Соціальна психологія. - К., 2004. - № 3 (5). - С. 119-131.
6. **Маслоу А.** Мотивация и личность. - М.; С.-П.: Питер, 2003. - С. 63 - 69.
7. **Warnick B.** Critical Literacy in a Digital Era. Technology, Rhetoric, and the public Interest. - London: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., 2002. - 160 p.p.
8. **Barnes S. B.** Online Connections. Internet Interpersonal Relations. - London: Hampton Press, 2001. - 224 p.
9. **Sloane S.** Digital Fictions. - London: Ablex Publishing, 2000. - 324 p.
10. **Crystal D.** Language and the Internet. - Cambridge: Cambridge University Press, 2001.-306 p.
11. **Hutchby I.** Conversation and Technology: From the Telephone to the Internet. - Cambridge: Polity Press, 2001. - 284 p.
12. **Wood A. F. & Smith M. J.** Online Communication. Linking Technology, Identity and Culture. - London: Laurence Earlbaum Associates. Inc., 2004. - 288 p.