

ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАЦІЇ ХХІ СТ. І ЇЇ ВПЛИВ НА СВІТОВУ ПОЛІТИКУ

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 зовнішньо-політичної 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 можливість мінімізувати наслідки впливу глобалізації: нестабільність та фрагментарність розвитку світової спільноти, покращити механізм політичного спілкування, сприяти підвищенню рівня довіри між суб'єктами світового політичного процесу.

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.

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, найвагомим 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» [2, с. 507].

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 щаблі 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 чином 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 [3, с. 67]. Реалізація міжнародної інформаційної політики здійснюється через комплексні стратегії регіональних міжурядових організацій та програми національної інформаційної політики [4, с. 168].

Список літератури:

1. Желтов В. В. Теория власти / В. В. Желтов. — М. : Флинта : МПСИ, 2008. — 584 с.
2. 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.
3. Макаренко Є. А. Міжнародна політика міжнародних організацій у галузі комунікації. Вісник Київ. нац. ун-ту ім. Тараса Шевченка. — К., 1998. — С. 57-67.
4. Макаренко Є. А. Проблемний аналіз концепцій регіональної та національної інформаційної політики // Актуальні проблеми міжнародних відносин. — 1999. — Вип.. 15. — С. 168-197.