## Чубик Анна Петровна

# ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ХАРАКТЕР СМИ В УСЛОВИЯХ КОММУНИКАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

24.00.01 – Теория и история культуры

Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата философских наук Диссертационная работа выполнена на кафедре философии ГОУ ВПО «Томский политехнический университет»

Научный руководитель: доктор философских наук, профессор

Корниенко Алла Александровна

Официальные оппоненты: доктор философских наук, профессор

Коробейникова Лариса Александровна

кандидат философских наук, доцент

Ануфриев Сергей Иосифович

Ведущая организация: Федеральное государственное

образовательное учреждение ВПО

«Северская государственная технологическая академия»

Защита состоится 10 июня 2009 года в 16.30 часов на заседании диссертационного совета Д 212.267.17 при ГОУ ВПО «Томский государственный университет» по адресу: 634050, г. Томск, пр. Ленина, 36, Главный корпус ТГУ, аудитория 119.

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке ГОУ ВПО «Томский государственный университет» по адресу: г. Томск, пр. Ленина, 34 а.

Автореферат разослан 9 мая 2009 года

Ученый секретарь

диссертационного совета

В.Е. Буденкова

#### 1. Общая характеристика работы

Актуальность исследования. Актуальный аспект современного культурного развития связан с возникновением новой конфигурации культурных процессов в информационно-коммуникативном пространстве, что обуславливает формирование новой онтологии мирового порядка. Информационные технологии, трансформируя пространство современной культуры, вызывают целый ряд изменений во всех областях культурной и социальной жизни. Процессы информатизации фиксируют поворот исторического времени, воплощающийся в появлении новой цивилизации, нового чувства истории, нового понимания человеческого развития в исторической перспективе и обращение к глобальному сообществу как главному субъекту эволюции цивилизации. Это также вводит тему «глобального или мирового сознания», понятия, которое не является уникально новым, но существовало в истории человечества, отголоски чего можно найти в древнейшей культурной традиции, Санскрите: «Истина заключается в том, что весь мир - одна семья». Современные социокультурные процессы глобализации и информатизации смешивают человечество В единое психологическое коммуникативное целое. Трансформации мирового сознания, эволюция мира в направлении формирования глобальной и информационной парадигм отражают глубинные изменения цивилизационного процесса. Возможно, в определенном смысле, процессы глобализации и информатизации выражают эволюцию современной культуры в направлении формирования всемирной политики.

В XXI в. изменился статус коммуникации и коммуникационных технологий в культуре, причем широко распространенный термин «взрыв коммуникаций» означает перенос акцента на управление, организацию коммуникативных процессов. С этими изменениями связано утверждение нового технологического характера СМИ как инструмента, предопределяющего направление эволюции коммуникативного пространства современной культуры. Эта проблема является недостаточно неизученной в гуманитарных науках (философии, социологии, теории культуры, политологии и т.п.), и в данном диссертационном исследовании занимает центральное место. Названная проблема нуждается в серьезной проработке в плане категориального оформления, а также в плане формирования гипотез, их аргументации и концептуализации.

Степень теоретической разработанности проблемы. Становление категории «коммуникация» в качестве одной из базовых для социальной теории привело к возникновению термина «коммуникативная онтология социальной реальности», то есть реальности, которая может быть интерпретирована в качестве коммуникативной сферы самоорганизующихся социокультурных форм и сфер, коммуникативное пространство которых исследуется в работах Ю. Хабермаса. Теоретики отмечают, что современные масс-медиа формируют когнитивные ориентации индивидов.

Обращение к проблеме роли медиа-систем в формировании пространства современной культуры вызвало обращение к проблеме «Я - формирующих» технологий (термин В.Н. Поруса), которые способны заменить традиционные механизмы работы cсознанием (конфессиональные, этно-национальные, культурно-исторические, государственные) нетрадиционными механизмами. Исследователи (В.Н. Порус, Б.С. Кара-Мурза, Н.В. Громыко) говорят о ситуации, в которой исчезающее «Я» уступает место безликому индивиду; информационные технологии используются как технологии политические; политические технологии ставят под сомнение человеческую индивидуальность: чем отличается одно манипулированное сознание от другого? Под сомнением не только политический строй, но и человек, взамен которого выступает «человеческий материал», формируемый и манипулируемый не в меньшей степени, чем в тоталитаризме. Опасность не в самих информационных технологиях, а в ситуации, когда нарастание информационной плотности выдается за наступление новой культуры: духовность истончается, а информации становится все больше.

Западные аналитики (Э. Гидденс, З. Бауман) отмечают, что порожденный рекламой виртуальный мир порождает распад идентичности как антропологическую стратегию СМИ XXI в. Новые антропологические типы «фланер», «игрок», «турист» З. Бауман определяет как выражение аполитичности. Исчезновение гражданина и замена его потребителем – катастрофа мира, монтируемого современными СМИ.

Теоретики подчеркивают, что СМИ преобразовываются в «четвертую власть», «внесистемную», «общезнаменательную» и негосударственную. Анализирующие проблему потенциала «четвертой власти», возможностей

современных медиапрактик ориентированы на такие подходы, сформировавшиеся в сфере исследования феномена власти, как альтернативный («эпизодический») и диспозиционный. Если в горизонте альтернативного подхода предметом исследования является власть в качестве «разновидности социального поведения» (Э. Кэплэн, Р. Даль, Н. Полеби, Х. Саймон), то исследователи, работающие в парадигме диспозиционного подхода, исходят, прежде всего, из представления о разнице «потенциала» и «влияния». Доминантой отношения они считают саму возможность повелевать («диспозиция»). Именно в проблемном поле диспозиционного подхода исследуются так называемые «скрытые» формы власти, осуществляемые средствами консциентального оружия, исследуется потенциал так называемой «мягкой власти» (Дж. Най). Манипулирование не присуще какой-то одной или несколькими областям общества, тогда как другие от него свободны, оно распределяется по принципу градации форм и степеней (Н.С. Автономова). Проблему взаимодействия информационной власти и массы исследует Э. Канетти, выделяя главные элементы образа человека и общества (масса, власть, смерь, выживающий) и отмечая процесс перераспределения властных функций в пользу новых субъектов информационной власти.

Западные исследователи, анализируя влияние СМИ на политический процесс, выделяют следующие подходы, характеризующие воздействие массмедиа на политику: роль СМИ как средства влияния на граждан (П. Бурдье), альтернативный подход - СМИ рассматриваются как инструмент, передающий информацию, но не затрагивающий политических интересов человека (П. Лазарсфельд). Исследователи, анализирующие влияние масс-медиа на политический процесс, выделяют две технологии влияния: первая - это конструирование политической реальности, вторая - виртуализация политического процесса (Э. Денис, Д. Мерилл).

Проблематика информационных войн исследуется в работах Т. Розана, Т. Стоуньера, Ф. Уэбстера, Б.И. Пружинина, Н.В. Громыко, И.В. Громыко и других. В них отмечается, что возникающие в конце XX - начале XXI в. информационно-коммуникативные технологии являются отражением происходящей глобальной информационной революции, в процессе которой информация приобретает статус

глобального ресурса. Формируются информационно богатые и информационно бедные страны. Информационная война как целостная стратегия ориентирована на все возможности и факторы уязвимости, а также на использование информации в различных конфликтах. Объектом внимания становятся информационные системы, а также информационные технологии. Исследователи выделяют характеристики информационной войны: стимуляция обсуждения, многоканальное воздействие, ориентация на однородные группы, информационная агрессия. Информационная война включает в себя коммуникативные действия по изменению массового сознания. Структура информационной войны также детально исследуется: это технологическая составляющая, направленная на разрушение технических систем связи и коммуникаций, и воздействие на сознание людей (гуманитарное вторжение). Исследователи выделяют характерную особенность российского информационного пространства – наличие внутренних информационных войн: информационные войны между олигархами, информационная война между властью оппозицией. информационные войны, инсценированные противостоянием разных сегментов власти.

В работах Б.И. Пружинина и Н.В. Громыко проводится анализ понятия «консциентальное оружие» «уничтожение устойчивой системы мировоззренческих ценностей И ИХ замена ценностными симулякрами, уничтожение родовой и культурной памяти. Б.С. Кара-Мурза, Е.Е. Пронина, Н.В. Громыко считают, что в XXI в. возникла необходимость обучения техникам и способам противостояния консциентальному оружию: необходимо создавать специальные образовательные пространства, рамках которых ОНЖОМ формировать альтернативные средства и способы работы, способствующие противоборству потенциала консциентального оружия.

PR-революция рассматривается как современная форма распространения влияния, распространения демократии, в основе которой лежит концепция «мягкой власти» (soft power - термин Дж. Ная). «Мягкая власть» более эффективна за счет использования политических, культурных ценностей вместо принуждения, основанного на экономической и военной мощи.

Теоретики подчеркивают, что PR-революции хорошо приживаются в условиях гражданского общества. Организационные и пропагандистские

структуры PR-революционеров являются гибкими, приспособленными к окружающей среде, способными перетекать из одного региона в другой, менять приемы и методы деятельности.

Однако, несмотря на очевидный исследовательский интерес к проблемам роли масс-медиа в трансформации идентичности, формировании массового сознания, конструировании политической реальности, ведении информационных войн, проблема роли технологий, трансформирующих идентичность современного человека, в коммуникативном пространстве современной культуры остается недостаточно исследованной.

**Объектом** диссертационного исследования являются информационные технологии в коммуникативном пространстве современной культуры.

**Предмет** диссертационного исследования - технологический характер СМИ в формировании современного человека в коммуникативном пространстве культуры.

**Проблема исследования:** выявление противоречия между коммуникативным характером современной культуры и разрушающими возможностями СМИ.

**Целью** диссертационного исследования является обоснование природы технологий СМИ как существующих в коммуникативном пространстве современной культуры способов манипуляции индивидуальным и массовым сознанием.

Достижение поставленной цели предлагает решение следующих задач исследования:

- 1) проанализировать роль масс-медиа в трансформации механизмов формирования идентичности;
- 2) исследовать СМИ как инструмент массификации и формирования глобальной культуры;
- исследовать коммуникативную природу информационных войн и PRреволюций.

**Методологические основания исследования.** Методологическим основанием диссертационного исследования послужила теория коммуникации Ю. Хабермаса, утверждающая необходимость переориентации на субъект - субъектную структуру, моделируемую межличностным общением, понимаемым не просто как социальное взаимодействие, но и как глубинная содержательная коммуникация в ее личностно значимой артикуляции.

В качестве методологического основания исследования использованы работы ведущих отечественных и западных теоретиков информационной власти, информационных войн, PR-революций.

#### Научная новизна диссертационного исследования:

- 1. Выявлена роль медиа-технологий в конструировании виртуальных миров индивидуального и массового сознания, создающих базу для реализации манипулятивного влияния информационной власти посредством незаметности влияния, глобальности и безграничности распространения, проницаемости любого личного и социального феномена, опосредования социального поведения людей.
- 2. Проведено систематизированное исследование природы технологий СМИ коммуникативном пространстве современной культуры. Доказано, формирующиеся СМИ технологии работы с сознанием стимулируют процесс возникновения и развития новых антропологических стратегий, заменяющих традиционные механизмы формирования сознания конфессиональные, этнонациональные, культурно-исторические, государственные, посттрадиционными механизмами - виртуализация культурного антропологические стратегии распада, разрушение идентичности, массификация.
- 3. Обоснована коммуникативная природа информационных войн, которые стали ведущим способом защиты национальной безопасности и достижения политического, финансового, экономического господства в условиях глобализации.
- 4. Доказано, что PR- революции представляют собой одну из современных инновационных технологий работы с сознанием современного человека «толпы» в пространстве коммуникативной культуры, распространяющих политическое влияние доминирующих политических субъектов.

#### Положения, выносимые на защиту:

1. Медиа-технологии, конструирующие разнообразные миры виртуального сознания, создают основу для реализации манипулятивного потенциала информационной власти, особую роль в процессе осуществления которой (в формах побуждения к действиям и блокирования действий) играют политические

коммуникации. Манипулирование с помощью масс-медиа пронизывает все социальные сферы и детерминирует процесс функционирования общества в целом.

- 2. Технологии работы с сознанием СМИ представляют собой альтернативу по отношению к традиционным механизмам формирования сознания, что приводит к разрушению идентичности; появлению вместо «Я» безликого индивида; формированию нового антропологического типа, фиксирующего превращение человека в «человеческий материал», формируемый и монтируемый масс-медиа в информационной власти. Различные тактические условиях варианты информационной манипуляции открывают безграничные возможности манипуляции массовым сознанием.
- 3. Информационная война как целостная стратегия имеет всепроникающий характер в коммуникативном пространстве современной культуры, она ориентирована на всевозможные факторы уязвимости, возникающие в зависимости от информации, а также на использование информации в различных конфликтах. В условиях глобализации постоянно возрастает роль информационных войн как фактора мировой политики.
- 4. PR-революции представляют собой современную форму распространения политического влияния, распространения демократии, ориентированной на создание «толпы» и управление «толпой» как основного элемента общественных связей. Формируемый масс-медиа виртуальный мир идей и ценностей создает новые технологии манипулирования массовым сознанием.

Теоретическая и практическая значимость исследования. Как полагает автор, данное диссертационное исследование вносит определенный вклад в теорию информационного общества, социальную философию, философию и теорию культуры, аргументируя тезисы о манипулятивном характере технологий СМИ в коммуникативном пространстве современной культуры, всепроникающем характере информационной войны как стратегии формирования пространства современной культуры, PR-революции как формы распространения политического влияния в условиях глобализирующегося мира.

Выводы диссертационного исследования могут быть использованы на практике в процессе организации работы СМИ. Результаты исследования могут быть использованы в процессе подготовки спецкурсов по ряду специальностей,

ориентированных на подготовку специалистов в сфере социального управления и медиа-практик.

**Апробация диссертационной работы.** Основные идеи диссертационного исследования обсуждались на научно-методическом семинаре кафедры философии Томского политехнического университета.

обсуждались диссертации также на ряде региональных Всероссийских научно-практических конференций 2004, 2005 и 2007 и 2008 годов. В числе этих конференций такие, как Региональная научно-практическая конференция ТПУ, 2004 г.), Всероссийская научно-практическая (Томск, конференция (Юрга, ЮТИ, 2004 г.), Региональная научно-практическая конференция (Томск, ТПУ, 2005 г.) а также Всероссийская научно-практическая конференция (Томск, ТПУ, 2008 г.). Общее количество публикаций - 12, из них 4 в реферируемых изданиях ВАК.

Структура диссертационной работы определяется исследовательской логикой, отражает реализацию цели и последовательное решение поставленных задач. Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы. Диссертация изложена на страницах, содержит список литературы из 245 наименований.

#### Основное содержание работы

Глава первая диссертационного исследования озаглавлена «Коммуникативная природа «Я - формирующих технологий»

В § 1.1. «Коммуникация как явление культуры и социальности» автор исходит из того, что на рубеже XX - XXI веков в основе философского интереса к явлениям коммуникации лежит изменение статуса коммуникации и коммуникативных технологий в социуме и культуре. Для обозначения этого изменения исследователями применен новый термин - «взрыв коммуникаций»; обозначен тем самым новый акцент - акцент на управление и организацию коммуникативных процессов. В основе интерпретации коммуникации лежит представление о ней как о действии, осуществляемом в целях смыслового восприятия социального взаимодействия; это своего рода смысловой акцент социального взаимодействия. Субъекты коммуникативного акта действуют в

рамках норм семиотической системы, интерпретируя получаемую информацию, мотивы и цели, формирующие направленность коммуникативного процесса, смысл и характер коммуникативного акта. Первые упоминания термина «коммуникация» в контексте исследований бихевиоризма и символического интеракционизма относятся к началу XX века: Дж. Уотсон в основу коммуникации ставил речевые сигналы, манипулирование которыми позволяет влиять на человека. Позднее, как отмечено в работе, возникают такие подходы к исследованию коммуникации, как рационалистический и иррационалистический. Если в границах основанного на идеях теории сетевого общества, за СМИ закреплена доминантная роль (это определяющий фактор социального развития), то в парадигме иррационалистической трактовки (она оформилась в границах понимающей социологии) акцент делается на идее взаимопонимания, речь идет о действиях, целью которых выступает коммуникация. В той или иной форме эта идея встречается у Г. Зиммеля, А. Фиркандта, П. Сорокина, Т. Парсонса, У. Томаса, М. Вебера, однако в наиболее полно разработанной форме идея взаимопонимания изложена П.Уинчем и А. Шюцем. Именно А. Шюцу принадлежит идея, согласно которой действие выступает целью осуществления коммуникаций.

Автор подчеркивает своеобразную интерпретацию содержания коммуникации в концепциях экзистенциализма и персонализма: в процессе коммуникации «Я» становится собой, обнаруживая себя в другом, полагал К. Ясперс, коммуникация - «глубинное несчастье самобытия», метафизическое свойство личности, способность личности открывать в себе другого. коммуникации проявляет себя одиночество, подлинное же общение (способом его выступает лишь единение в восстании против мира абсурда) невозможно, утверждал Камю. У Ж.-П. Сартра коммуникационное взаимодействие оборачивается «перво-несчастьем» самобытия. В интерпретации сути коммуникации автор придерживается позиции Ф.И. Шеркова, дающего следующее толкование феномена коммуникации: она понимается как средство связи любых объектов материального и духовного мира, т.е. как определенная структура; это общение, в ходе которого люди обмениваются информацией; под коммуникацией подразумевают передачу и массовый обмен информацией с целью воздействия на общество и его составные компоненты. Автор отмечает, что теоретическим

основанием того интереса к проблемам коммуникаций, интерсубъективности, диалога, который обнаружил себя, превратив проблему коммуникаций в приоритетную, явился проявленный философами и лингвистами, логиками и семиотиками интерес к анализу языка и языковых структур. Обращаясь к истории вопроса, автор подчеркивает, что Л. Витгенштейн рассматривал коммуникации как комплекс языковых игр, осуществляемых по определенным семантикопрагматическим правилам.

Сегодня существует несколько методологических подходов к исследованию понятия «социальная коммуникация». Наиболее сформировавшимся среди них являются следующие: во-первых, подход, нашедший обоснование в границах структурного функционализма - системные связи и функции являются определяющим фактором для онтологии социальных коммуникаций; во- вторых, подход, представленный в работах Ю. Хабермаса. Ю. Хабермас обращается к возможностям рациональной реконструкции, критической рефлексии. потенциалу герменевтического метода, - посредством этих методов коммуникации исследуются как объект. Этот подход к анализу области (коммуникаций) в исследовательской литературе трактуется как неклассический Б.В. Марков, Φ. И. Шарков). Наконец, в-третьих, возникает постнеклассический подход, сформировавшийся как ответ на работы Ю. Хабермаса и представленный в трудах Н. Лумана. Коммуникации формируют возможность для самоописания общества и его самовоспроизводства (принципы самореферентности и аутолойезиса Н. Лумана). Коммуникации в концепции Н. Лумана – активная самоорганизующаяся среда. В пространстве концептуальных построений Ю. Хабермаса и Н. Лумана коммуникации отведена роль интегрирующего основания в теории общества. Ю. Хабермас обращается к проблеме интегрирующей роли коммуникаций в пространстве социума написанной совместно с Н. Луманом работе «Теория общества или социальная технология» (1971г.), - работе, в которой утверждается ориентация анализа общества на «коммуникативный разум». Эта идея фундирует материал более поздних исследований Ю. Хабермаса: «Теории коммуникативного действия» (1981), «Моральное сознание и коммуникативное действие» (1983), «Ранние исследования и дополнения к теории коммуникативного действия» (1984),

«Мораль и коммуникация» (1986). Коммуникация представлена в работах Ю. Хабермаса базовая составляющая как социального процесса, процессы коммуникативной рационализации анализируются структурирующие как общество, на основе повседневной практики частных жизненных миров, где смыслопонимание представлено в качестве коммуникативного опыта, участия в процессе понимания. Однако в силу того, что коммуникативный опыт определяет значение в связи с притязаниями и оценками, а социальный аналитик не может исключить из оценки ценностный фактор, возникает проблема контролируемости этих установок. Эту проблему пытался решить Н. Луман в исследовательской программе, посвященной саморазвивающимся системам: самореференция определяет и фиксирует тождественность системы посредством процедуры определения отношений, формирующихся между элементами данной системы («Социальные системы: очерк общей теории», 1984г.).

Вводя понятие коммуникации, Н. Луман использует его как тождественное понятию «социальность». Посредством коммуникации самореферентная система выделяется из среды; коммуникация дает возможность системе различать себя и то, что не есть коммуникация. Коммуникация о коммуникации, создает самоописание общества, воспроизводит его. Значение языка проявляется в его способности обеспечить структурное соединение сознания и коммуникации, интерпретируемой как смысловой самореферентный процесс. Так же как пространство культуры является пространством порождения смыслов, так же и коммуникативная сфера, диалогичная по своей природе и сути, являет собой своего рода основание для формирования единого глобального коммуникационного пространства: «Если раньше в основе культуры лежал смысл, а его расшифровка выступала как средство адаптации, то сегодня система коммуникации вынуждает вести диалог между культурами по своим законам. Культуры как бы погружаются в другую внешнюю среду, которая пронизывает межкультурный диалог, предпосылку для интегрального диалога и его замыкания в единое глобальное коммуникационное пространство» (Н. Луман). В конце § 1.1. автор говорит о возросшем значении потенциала коммуникативных процессов эпоху глобализации, когда обозначил свою очевидность процесс становления единого человечества, концепции глобальной солидарности, обозначила как свою

очевидность и идея взаимозависимости. В широком смысле глобализация интерпретируется как ключевой феномен современного мира, проявлением которого выступает трансформация практически всех общественных сфер: усиливается многоаспектная мировая взаимозависимость, проявляют себя интенсификация и углубление взаимной связи в сфере экономики, культуры, международных отношений, управления транснациональными корпорациями и т.д., во всех сферах функционирования общества. Доминирующим фактором является культура.

Глобализация сделала очевидной значимость коммуникационных процессов, вероятно, в силу того, что сами процессы коммуникации с особой интенсивностью проявили свой потенциал в эпоху глобализации. Трансформировала глобализация и потенциал четвертой власти, media-технологий.

В § 1.2 «Роль медиа-власти в коммуникативном пространстве сетевого общества: к формированию новых антропологических стратегий» автор обосновывает тезис о том, что глобализация совершающихся коммуникативных процессов, происходящих в современном обществе, во многом предопределена становлением сетевого общества. Этот термин впервые ввел в обиход М. Кастельс, обратившийся к понятию «сеть» для обозначения формы социальной организации, характерной для постиндустриального общества. Это понятие использовали П. Бурдье и Ж. Делез. М. Кастельс полагал, что сетевое общество – наглядный пример трансформации социальности в современном обществе, проявлением которой выступает модель социальности, именуемая «персонализируемым сообществом», «сетевым индивидуализмом». В § 1.2 обосновывается тезис о том, роль масс-медиа пространстве сетевого общества подверглась трансформации; новые средства социальной коммуникации трансформируют институты и практики современного общества, формируют новые формы организации человеческой активности, - в культуре это глобальная сеть Интернет и глобальные масс-медиа. Как считает А.В. Назарчук, доминирование крупных массмедиа, глобальных инфомагистралей делает вход через их фильтры частной, локальной информации почти невозможным. Сеть не отрицает опасности «цифрового разделения», напротив, формирование сетей дает в руки рычаг «включения и исключения», который, по замечанию М. Кастельса, является

сильнейшим механизмом власти в сетевую эпоху. Власть масс-медиа автор интерпретирует как власть в структурах повседневности, осуществляемую посредством манипуляции. Выделяя такие формы власти, как экономическая, административно-принудительная информационная, социальная, И автор анализирует специфику современной ситуации: превращение знания информации в ресурс стратегического масштаба приводит к «смещению власти» (термин О. Тоффлера), что означает процесс превращения знаний в определяющий фактор функционирования власти, заменивший силу и богатство. Как утверждает Тоффлер, в стадии «смещения власти» постепенно распадаются все существовавшие в мире властные структуры и зарождаются принципиально новые, что означает не перемещение власти, а ее трансформацию, в этих условиях знание и информация превращаются в ресурс стратегического характера.

В информационной власти изменяется субъект и носитель этой власти: СМИ, институты социализации, рекламные и информационные агентства. помошью информации четвертая власть управляет содержанием направленностью коммуникационного процесса. Информационная превращена сегодня в мощнейший фактор политической сферы. В ситуации индустриализации социума родовые, семейные, религиозные традиционные коммуникации подверглись неизбежной трансформации разрушению. Ослабляются традиция, внутригрупповая коммуникация, контроль, осуществляемый первичными группами. Трансформированной оказалась статусная роль масс-медиа: СМИ превращены в средство, обладающее воздействия посредством целенаправленного распространения способностью информации, причем ни это распространение сведений и информации, ни их блокирование не воспринимаются как совершаемое по принуждению. Специфика влияния информационной власти отражена В его устойчивости, ассиметричности воздействия. Информационная власть направлена на управление коммуникациями, их содержанием, их направленностью, средством управления коммуникациями выступает информация - ресурс четвертой власти. Специфика массового манипулирования стала предметом анализа влияния манипулятивных средств и механизмов этого влияния, осуществляемого информационной властью в повседневности, анализа, осуществляемого структурах западными

исследователями власти, работающими в парадигме альтернативного подхода, иначе именуемого эпизодическим. Э. Кэплэн, Г. Лассуэл, Т. Болл, Н. Полеби, Р. Даль, Х. Саймон, анализируя манипулятивные возможности, проявляемые информационной властью в практике повседневности, исходят из интерпретации власти как формы поведения и трактуют власть в понятиях каузальности: иметь власть означает ее реализовать, и лишь в ситуации, когда потенциал власти успешно реализован, можно говорить о том, что реализован принцип, на котором базируется альтернативный подход к феномену информационной власти: иметь власть значит ee осуществлять. В традиции альтернативного информационная власть исследуется как «власть скрытая». П. Бахрах, М. Баратц, Х. Арендт вообще выводят манипулятивные действия за пределы властных отношений, концептуализируя феномен власти в терминах конфликта и оппозиции. Автор задается вопросом: возможна ли демократическая система медиа-власти? Утвердительно отвечая на этот вопрос, автор полагает, что основанием подобной системы является плюрализм информационных институтов и СМИ, и, кроме того, демократический контроль за сферой медийных практик. Обращаясь к вопросу о роли «Я - технологий» в трансформации сознания, автор отмечает важную деталь, выделенную Ю. Хабермасом в «Теории коммуникативного действия»: автор считает, что коммуникативное поведение реализует себя в актах интеракционизма; базируются на проясненности смыслов; дискурсивный фикисрованной рефлексивной процедуры эспликации семантических аксиологических структур дискурса и именно это - в основе понимания. Автор подошел к дискурсивным практикам как к способу коммуникации; дискурсивные практики делают возможным субъект - субъектное соприкосновение, актуализируя пласты символов. Дискурсивная коммуникация позволяет дистанцироваться от ситуации субъект - объектной рациональности и «технического интереса» на основе эксплицитного утверждения ее рациональных принципов; в перспективе возможна ситуация, в которой коммуникация разовьется в свободный от принуждения диалог всех со всеми, что явится образцом взаимного формирования «Теории само-тождественности, идеи истинного согласия, писал Ю. коммуникативного действия» Хабермас. Оформление категории «коммуникация» в качестве одной из базовых для социальной теории привело к

возникновению термина «коммуникативная онтология социальной реальности», которая может быть интерпретирована в качестве коммуникативной сферы самоорганизующихся социальных форм и сфер. Коммуникативная изменчивость трансформировала характер властных практик и властных отношений, объектом власти становятся коммуникации. В дискурсе коммуникативной рациональности власть может быть интерпретирована как самоорганизация коммуникативных отношений: центрированность, стала дисперсной утратив власть коммуникативной, коммуникативная онтология социальности предполагает понимание власти как ориентированной на реализацию интересов, отраженных в коммуникациях. Власть оказалась обращенной к миру повседневности, что проявило себя в манипуляции.

Осуществляющийся сегодня «взрыв коммуникаций» трансформировал статусной роли масс-медиа, огромный представление вызвав рост альтернативных технологий работы с сознанием, отличающихся от традиционного информационного влияния интенсивностью и способностью осуществлять жесткий масштабный контроль за поведением воспринимающего субъекта. Существенную роль в этом процессе играют политические коммуникации. Манипулятивный потенциал технологий, используемых медиа-системой, позволяет трансформировать традиционные механизмы самоидентификации; эти механизмы сосуществуют с механизмами искусственно формируемыми. При этом под традиционными механизмами самоидентификации автор понимает механизмы культурно-исторические, государственные, этно-национальные, конфессиональные. Осуществляемые сегодня глобализационные процессы уплотняют коммуникационное пространство культуры, то пространство, в котором медиа-власти принадлежит особая роль.

Автор отмечает, что аналитиками используется концепт «сетевое государство»: подобно введенному М. Кастельсу понятию «сетевое общество», сетевое государство «схвачено» коммуникативными каналами; в нем возникают и интенсивно работают разнообразные технологии манипулирования сознанием, причем эти технологии играют роль не только средства манипулирования сознанием, но и средством трансформирования общества на постмодернистских основаниях. Об этом пишет Н.В. Громыко, полагающая, что наступающая эпоха

постмодерна, - а ее составляющей является интернет, - по сути своей новая формация: она захватывает все новые области практики, в том числе практики властные, и ценностным образом их трансформирует. Благодаря интернету происходит особо эффективное отчуждение современного человека от целевого проектного действия. И, как отмечает Н.В. Громыко, отказ информационного общества в целом от всех важнейших принципов, обеспечивающих саму его возможность, - от целеполагания, самоопределения, замысливания.

Формируемый посредством интернет-сети антропологический космополит, интеллектуал, воспринимающий культурные традиции и нормы как нечто безусловно условное; превыше всего он ценит потребление, включая в сферу потребляемого информацию. Для этого человека исчезла эмоциональная связь с миром, утрачена идентичность с группой и коллективом; исчезла система ценностей-ориентиров, а экзистенциальные потребности деформированы. качестве стратегии противостояния формированию подобного антропологического типа в литературе предполагаются модели рефлексивных СМИ, МЕТА-СМИ, в задачу которых входил бы анализ способа подачи информации, что формирует противостояние той ситуации, в которой реальность подменяется виртуальной реальностью, существующей различных формах (телереальность, гиперреальность, реальность сети). Власть масс-медиа, именуемая четвертой, обрела статус «внесистемной», «общезнаменательной», «негосударственной» (H.C. Автономова),- ни одна сфера социальной жизни не может сегодня быть представлена как свободная от манипулирования. Новые условия коммуникации, шоу как составляющая повседневность жизни в условиях новой информационной среды, масштабные тиражи и массовое потребление культурных объектов массовой культуры превращают повседневность в высшую культурную ценность, связанную с достижением успеха любыми средствами.

Автор обращается к интересной идее В. Россмана о том, что идеологема центра всегда была определяющей метафорой культуры; идеологема центральности отброшена в эпоху постмодерна, постмодернистское пространство предстает как ацентричное и неиерархизированное. Эта идея позволяет М. Фуко дать свою интерпретацию власти как ацентричной и неиерарзизированной, - структуры власти децентрированы, рассеяны, распылены, лишены Суверена;

власть - вездесуща, она - везде. Лишь на поверхности, считает М. Фуко, власть обретает форму государственных институтов и социальных гегемоний; подлинная природа власти - в модусе самосокрытия, она обращена к бессознательному, и свои интенции обнаруживает на микроуровне социального в ритуале исповеди, через классификацию удовольствия, в локализации секса. В эпоху небывалой интенсивности коммуникативных процессов изменены принципы организации социального пространства. Функциональная дифференциация и центробежный характер социальных процессов исключили идею общественного единства, сегодняшнее общество, по мнению Н. Лумана, общество без вершины и без центра. Однако с этим согласны не все; В. Россман не принимает эти постмодернистские максимы, когда утверждает, что у современного человека есть мощная психологическая потребность в центре, в нем живет «инстинкт центра», «инстинкт Центром современной культуры в универсальном сакрального». предметной проекции выступает экран, пронизывающий жизнь современного человека, направляющий, информирующий, развлекающий и формирующий саму культуру. Культура современной цивилизации это культура околоэкранная. Экран является символом коммуникации современного общества.

СМИ как инструмент массификации и средство разрушения национального самосознания приобретают наиболее широкое распространение в эпоху глобализации. Исследователи глобализации подчеркивают, что глобализация исторически играет критическую роль в процессе ускоренного продвижения цивилизации через психологический и культурный обмен.

Ускоренное технологическое развитие цивилизаций способствует переориентации исследовательского интереса от традиционных механизмов формирования национального самосознания к посттрадиционным, которые можно определить как искусственные технологии работы с сознанием, заменяющие традиционные механизмы формирования сознания (культурно-исторические, этнонациональные, социальные и т.д.). В современном обществе СМИ, как часть культуры, утрачивают свое духовное измерение, что проявляется в подмене телереальностью, виртуальной реальности гиперреальностью, реальностью, которые переводят субъекта в пассивное состояние потребителя массовой культуры. Психопрограммирующее воздействие СМИ на сознание человека

приводит к трансформации общественного сознания в сознание, манипулируемое СМИ, которые представляют четвертую власть в обществе. Традиционные политические структуры (государство, власть) утрачивают свою актуальность, поскольку феномен коммуникации трактуется политически, и начинает выполнять изначально присущие государству. Манипулирование функции, пронизывает все социальные структуры, оно становится дисперсным; так же как власть, по определению постмодернистских философов (Ж.Делез, Ф. Гваттари), распространена везде, так и манипулятивные механизмы управления сознанием везде, они пронизывают все общество. Такой процесс приводит к углублению расслоения общества, увеличивает зависимость людей от новых технологий, т.к. опосредованное потребление информации приводит людей и общество в целом к отставанию от трендов мирового развития. Информационные технологии и СМИ как ресурс информационной власти занимают место традиционных структур формирования сознания, что приводит к разрушению автономности и суверенности «Я», к разрушению сферы рационального политического мышления индивида, к безграничным возможностям манипулирования массовым сознанием, превращению индивида в материал, используемый властными структурами. Распад идентичности становится основой антропологической стратегией СМИ.

В § 1.3 «Манипулятивные технологии СМИ как средство разрушения идентичности в горизонте новых антропологических стратегий» обосновывает тезис о том, что в современном социальном и культурном дискурсе власти масс-медиа принадлежит особая роль. Сегодня не существует единой универсальной исследовательской позиции, в границах которой были бы представлены репрезентативные параметры и характеристики функционирования власти масс-медиа. В западной аналитической традиции наиболее репрезентативными являются англо-американская и европейская горизонте исследований которых, при всем различии их концептуальных установок и позиций, предпринята попытка исследования медиа-власти в пространстве культуры с позиций философии культуры. Исследователи унифицируют дискурс по этой проблеме в пределах культурфилософской парадигмы, однако этот подход, взгляд, исключает возможности различия интерпретаций потенциала масс-медиа. Хотя в широком диапазоне этих интерпретаций

существует принятое многими аналитиками сегодня базисное основание, смысл которого заключен в позиции: особенность современной власти состоит в том, что в качестве механизма осуществления власти выступает информация. Информация как современная форма знания представляет собой особый вид техники, причем не чуждой экзистенциальной природе человека, как в индустриальном обществе, а, наоборот, выражающей интеллектуальную природу человека, т.к. информационная техника объединяет в себе материальный носитель (hardware) и интеллект (software). В связи с этим информация предстает как смыслообразующий фактор развития современной культуры, а информационная власть как новая форма власти, интегрированная в социокультурное пространство современного общества.

Поиск единых оснований универсальной теории медиа-власти сосуществует сегодня с достаточно разнообразными трактовками феномена медиа-власти. Признание статуса масс-медиа как феномена культуры, как выражения коллективной формы сознания дополняется тезисом о том, что выражение формы сознания необходимо интерпретировать коллективной позиции подлинных форм бытия человека. Однако СМИ - неизбежный спутник массовой культуры; «неподлинный характер» основание «неподлинности» обшественного сознания, анализ же проявлений манипулирования доминирующего в пространстве медиа-власти метода невозможно осуществить вне учета фактора бессознательного. Эта позиция характерна для критического представленного концепциями А. Ловенталя, В. Беньямина, М. Хоркхаймера. Наряду с вышеизложенным, выделяется подход, в границах которого масс-медиа интерпретируются как сформировавшаяся возможность современного существования языка, язык же - среда герменевтического опыта, а само понимание - продуктивное отношение, делающее возможной плюральность интерпретации. Масс-медиа - способ существования языка, вид текста, природа которого символична (Г. Гадамер).

Среди многообразия трактовок власти интерпретация современной информационной власти, по мнению автора, является наиболее острой и актуальной и в то же время наименее разработанной проблемой, которая исследуется сквозь призму манипуляций, формирования хаотизированного сознания, коммуникативной ассиметрии.

Манипулирование выступает как средство функционирования масс-медиа, соответствующее гетерономности, клиповости, фрагментарности той культуры, в контексте которой масс-медиа работают. Характерные черты культуры постмодерна, обозначенные в исследованиях представителей культурфилософского деконструктивизма, - П. Бурдье, П. Рикера, Ж. Деррида, Р. Берга, Ж. Делеза, М. Фуко, Ж. Батая, Ж. Бодрийяра, - определили особенности и специфичность характеристик СМИ (мифичность, клиповость, фрагментарность, характер, доксичность), манипулирующих человеком-массой. Этот антропологический тип вызван к жизни реалиями массового общества и массовой культуры, осмысление специфики которых связано с именами Т. Адорно, Х. Ортеги-и- Гассета, Э. Фромма, Г. Маркузе, Э. Морена, которые связали возникновение массового общества с массовым потреблением, распространением массовой культуры и средств массовой коммуникации.

В культуре повседневности манипулятивной практике СМИ принадлежит особая роль: СМИ формируют хаотизированное сознание, являются средством разрушения идентичности. В понимании идентичности автору близка позиция К. Ясперса, интерпретирующего идентичность в качестве признака сознания: осознавать свою идентичность, значит считать: я остаюсь тем, кем был всегда. Э. Эриксон интерпретирует идентичность как «чувство непрерывной самотождественности»; в его основе ситуация, в которой для личности существует целостный образ «Я» в контексте социальных отношений и связей. Э. Эриксон ввел термин для обозначения идентичности «едо-идентичность»; писал о желании личности обрести целостность, о том, что кризис идентичности означает разрушение, распад идентичности. Автор отмечает, что анализу этой проблемы уделяли внимание Ч. Кули, Я. Лакан, Н. Дензин, В. Хесле, Р. Лэйнг, Д.-К. Деннет, Ж. Бодрийяр, Р. Дж.Лифтон, М. Маклюэн, Н. Луман, Т.О. Рейли, К. Келли, Н. Карр, Э. Кастранова. Если идентификация - это процесс построения идентичности, создает Я - образы и благодаря которому индивид «определяет» себя, себя отождествляет ними, TO идентичность, формирующаяся ходе коммуникационных процессов, включает в себя такие уровни, как индивидуальный и социальный; устойчивая идентичность возможна лишь в ситуации баланса этих СМИ уровней. Современная революция В совпала c интенсивными

коммуникативными процессами. В условиях постмодернистского релятивизма идентичность подвергается трансформации индивида под влиянием взаимодействий Р.Дж. Лифтон, характеризуя культур. феномен кризиса идентичности, ввел понятие «протеевская идентичность», «протеанизм» (англ. многообразный, изменчивый, разносторонний, многоранный), protean обозначающее процесс непрерывной и неизбежной трансформации идентичности человека XX века. Процесс разрушения, распада идентичности, обозначенный как кризис идентичности, сопутствующий антропологическим стратегиям СМИ в эпоху глобализации и господства компьютерных технологий, позволил Э. Гидденсу обозначить эту эпоху как эпоху кризиса идентичности, Ж. Липовецки как «эру пустоты». Признаком этой эпохи является не просто разрушение идентичности посредством СМИ, но разрушение временной цепи: прошлое настоящее - будущее. 3. Бауманом и Э. Гидденсом введен термин «вторичное использование», предполагающий трансформацию. Трансформация идентичности СМИ. пол воздействием размывание традиционных механизмов самоидентификации, утрата качества политичности формирует индивида «масочного» (термин Ж. Липовецки, примененный им в «Эре пустоты»).

Автор отмечает, что ряд современных политических философов и политологов утверждает, что государство теряет компетентность, легитимность и власть, характерные для ведущего агента в мировых связях и уступает место более комплексному пост-интернациональному универсуму, характеризующемуся разнообразием и смешанной политикой. Для пост-интернационального универсума характерны проблемы формирования глобальной власти глобальной ответственности. По мнению К. Брауна, термин «сверх-власть» имеет некоторое архаическое звучание в эпоху глобализации, но он может быть актуализирован в концепции «мягкой власти» (soft power), или в понимании важности военной власти в переоценке других форм власти. Исследователи обсуждают изменение природы власти в настоящее время: власть превращена в сеть, становится ризоматической скорее, чем иерархической, создается и поддерживается не атрибутами, например, насилием, военной властью, экономическим производством и т.п., но людьми, работающими и потребляющими в глобальной экономике (К. Браун, Ж. Бордийяр, Ж. Лакан, Ф. Гваттари). Из-за изменившейся природы власти

современная империя не похожа на иерархические империи Викторианской эпохи (Хардт М., Негри А.). Власть, понимаемая в этом смысле, не имеет определенного места дислокации и не может быть проконтролирована, она вездесуща и создается не только силами, официально ее поддерживающими, но и силами, выступающими против нее.

Дезинтеграция структуры информационной власти происходит по разным реструктуризация властных отношений; демассинформация; направлениям: информационная манипуляция; введение в общественное сознание схем с логической ошибкой; внушение в рекламе; внедрение в общественное сознание новых антропологических стратегий; взаимодействие власти информационного пространства и массы; формирование массового человека с помощью СМИ. Основная цель антропологических стратегий СМИ - это разрушение механизмов национальной самоидентификации и замещение их искусственными механизмами идеологического самоотнесения; способы достижения указанной цели разнообразны: изготовление псевдоценностей в виде базисной системы новых ценностей (демократизм, космополитизм, постмодернизм т.д.); «западного консультанта», - маскирующего тип самоидентификации; введение в общественное сознание схем, содержащих в себе логическую ошибку и т.п. Приемы манипуляции - фигуры умолчания, подтасовка фактов, антисистемность в подаче материала - используются СМИ процессе формирования хаотизированного сознания. Новые антропологические стратегии, основанные на кардинальном принципе внушения, формирует реклама как сфера СМИ. Утрачивая идентичность, человек информационного общества утрачивает такое качество, как политичность, становясь вне политики. Новые антропологические стратегии, связанные с появлением антропологических типов «фланера», «игрока», «туриста», «бродяги» (в терминологии 3. Баумана) представляют собой формирование новых способов разрушения идентичности, что приводит к превращению человека в потребителя информации, в человека одного изменения - измерения виртуального. В современном обществе СМИ выступают как институт пропаганды, а не как институт гражданского общества. Трансформация современной власти, в том числе информационной власти, приводит к посттрадиционным взаимодействиям власти и массы, к утрате присущих традиционной власти атрибутов концентрированности и субъектности и к диффундированию и дисперсности информационной власти.

Глава вторая озаглавлена «Интегрирование информационной власти в систему политической власти»

2.1 «Роль и значение СМИ в формировании пространства политического процесса. Потенциал влияния медиаполитической системы» доминирующим является тезис о том, что одной из тенденций развития информационной власти является интегрирование информационной власти в систему политической власти: масс-медиа конструируют политическую реальность посредством виртуализации политического процесса. Автором исследованы сформировавшиеся в литературе подходы к анализу влияния СМИ на политический процесс. В границах одного из подходов СМИ рассматриваются как средство влияния на граждан и их политические ориентации (П. Бурдье, У. Липпман и др.). В рамках альтернативного подхода (П. Лазарсфельд, Дж. Клаппер и др.) СМИ исследованы как средства, оказывающие минимальное влияние на аудиторию. В классификациях функций СМИ по отношению к общественному мнению теоретики выделяют ряд функций, среди которых - информационная, функция артикуляции и интеграции мнений, мобилизационная, образовательная и функция социализации. Потенциал влияния медиаполитической системы на общественное мнение проявляет себя в отработанных технологиях влияния, в числе которых доминируют конструирование политической реальности и виртуализация политического процесса. В литературе проанализирована природа технологий, фокусирующая внимание на создании искусственной политической реальности, причем виртуализация политического процесса реализуется посредством таких форм, как манипуляция политическими символами и использование маркетинговых технологий в разработке политических и электоральных стратегий. Символическое воздействие СМИ на аудитории с учетом эффекта функционирования общественного мнения принимает явные черты в условиях информационного общества. Исследователи выделяют такие черты влияния масс-мелиа на современное политическое пространство, маркетинговых технологий в разработке политических использование электоральных стратегий; увеличение информационного шума как средство

функционирования медиаполитической системы; процесс передачи и внедрения информации медиаполитической системой, в ходе которого осуществляется процесса и конструирование виртуализация политического политической реальности, а также процесс превращения СМИ в информационные фильтры. Виртуализация политического процесса представляет собой упрощение политической реальности целью театрализации, приводит ee что трансформации политического процесса в современном обществе и культуре. Автор обосновывает тезис о том, что сегодня СМИ приобретают первостепенное значение в формировании пространства политического процесса, значение гораздо обладают большее, чем TO, которым финансовые ресурсы административные. Ориентируя информационные потоки, формируя проблемное поле дискуссий, масс-медиа определяют то, что Б. Коэн, У. Липпман, П. Лазарсфельд, С. Эдзири назвали политическими предпочтениями аудитории. Политические предпочтения формируются СМИ посредством обращения возможностям двухступенчатой модели коммуникации, ориентированной на манипулятивную работу с «лидерами мнений», имеющими политическому процессу. Именно эти десять процентов опосредованно формируют установки безучастных к политическим процессам. Политический безучастных определен опосредованно, в его основе немедийные механизмы. Подобная позиция сформирована П. Лазарсфельдом и Дж. Клаппером в горизонте альтернативного подхода. Аналитики, исследуя манипулятивные механизмы, исходят из того, что чем с меньшим количеством императивов сталкивается в процессе политического выбора избиратель, тем более сложным становится процесс пропаганды.

Медиаполитическая система использует такие механизмы влияния на массовое сознание и поведение, как конструирование политической реальности и виртуализацию политической реальности. В первом случае речь идет об инсценировке политического процесса, способного вызвать отклик в обществе; во втором формируются символы, виртуальные фигуры и образы, т.е. речь идет об искусственной реальности, о борьбе не реальных фигур, а имиджей и стереотипов, формируемых массовой культурой. Процесс создания политических символов, виртуальных фигур, образов, имиджей, процесс конструирования политической

реальности с акцентом на театральность делает предметом внимания не первостепенные стороны политического ландшафта, скрывая истинный характер политического процесса. Эффективность таких ведущих механизмов и технологий медиаполитической системы, как конструирование политической реальности и виртуализация политического процесса, в полной мере определяется статусом политической системы в медиа-пространстве, от которой, в свою очередь, зависит контроль над информацией. И конструирование политической реальности, и придание политической реальности виртуального характера реализуется посредством манипулирования политическими символами и социальными мифами. В конструировании политического процесса, как и в виртуализации политической реальности с помощью mass-media, находит применение политический миф. Общество нуждается в ключевых метафорах (к примеру, «борьба с бедностью»), формирующих впечатление простоты и снижающих беспокойство и растерянность. Mass-media используют идеологически маркированные политические сообщения, при этом идеологическое маркирование имеет различную степень открытости. Например, реклама в поддержку кандидата в президенты идеологический смысл, в сфере политической коммуникации используется атрибутика целого мероприятия. Роль носителей идеологии выполняют и визуальные образы, обладающие силой внушения. Воспроизводство мифологического повествования выступает в качестве необходимой компоненты политической жизни, и политический миф - инструмент идеологического воздействия, он также идеологически маркирован - отобран, сформирован, специальным образом интерпретирован; на его основе сделаны определенные выводы. К. Флад в «Политическом мифе» пишет о том, что массы привязаны к идеологии носителями - политическими партиями, образовательными программами, СМИ. Политический миф - разновидность идеологического воздействия, и, в случае, если политические мифы принадлежат конфликтующим идеологиям, они являются конфронтирующими. Идеологическая маркированность атрибут политического мифа; в подаче политического мифа средствами информационной отбор информации власти важны повествования, определения качеств исторических деятелей, их целей и мотивов, выбор описательных средств повествования, грамматических конструкций, общая

организация повествования, а также место его представления аудитории; эти моменты придают повествованию идеологическую направленность, отличную от направленности других идеологий.

Автор отмечает, что теоретики постмодернизма вводят термин «виртуальное время спектакля», в основе которого находится полная «имплозия смысла». Обретенное СМИ «право виртуальности» создает ситуацию, в которой наблюдаемое событие - всего лишь симулякр (фр. simulacres, simulation - симуляция). Постмодернистская тенденция в медиа отрицает необходимость «следования реальности»; масштабность влияния mass-media на реальность посредством управления символами и образами возрастает.

В конце § 2.1. автором анализируется тезис В.Г. Федотовой, обозначивший процесс манипуляции как «правление без сценария» (манипуляция, проявляющая свою эффективность в ситуации небывалой апатии масс и превращающая апатию масс в цепную реакцию). На смену идеологическому монизму пришли такие факторы расщепления, виртуализации политической реальности, как имагология, как сфера создания имиджей, политическая технология манипулятивного свойства (манипулятивный пиар, заказные экспертизы, провокации), экспертиза (разновидность манипуляции, в основе которой – обращение к экспертному знанию).

В § 2.2 «Коммуникативная природа информационных войн. Потенциал информационных войн как нового вида коммуникаций» информационные войны рассмотрены как мощное средство мировой политики и экономики, как эффективный способ защиты национальной безопасности, способ достижения политической, духовной, финансовой и экономической власти. Автор считает, что, являясь новым видом коммуникации по своей природе, информационная война включает в себя действия, обеспечивающие информационное превосходство национальной стратегии посредством влияния на информационные системы противника. Интерпретируя информационные войны как коммуникативные технологии по воздействию на массовое сознание, автор в качестве цели такого воздействия рассматривает внесение изменений в когнитивную структуру для изменений получения соответствующих В структуре поведения. обосновывает тезис о том, что информационная война, как целостная стратегия,

состоит из действий, предпринимаемых для достижения информационного превосходства в обеспечении национальной стратегии путем воздействия на информационные системы противника с одновременным укреплением и защитой собственной информации и информационных систем. Информационные войны приобретают специфическое значение в эпоху глобализации: трансформируется интенсивность воздействия информации; изменяются контексты применения информации; возрастает роль публичной информации в принятии политических решений; возрастает воздействие информации на массовое сознание. Существует отличие информационной войны как типа воздействия от психологической войны: психологическая война - пропаганда разрушения, но не пропаганда созидания; информационная война формирует многоцелевой объект коммуникативного резонанса, что позволяет увеличить масштабы влияния население; информационная война – это война имиджей как символических кореллятов Модель информационной войны включает в себя стимуляцию обсуждения, многоканальное воздействие, ориентацию на однородные группы, которые имеют готовые социальные и информационные сети, куда входят ее представители. В процессе противодействия информационным используется двоякая технология (по определению Б. Брюса): подготовка ожиданий перед наступлением самого события, и направление освещения события в том случае, если пресса движется в неверном направлении; обе технологии позволяют построить ответ на символизацию новую символизацию, ориентированную на те же источники. Коммуникативные действия по изменению массового сознания – процесс, отличающийся огромной степенью сложности. Смена эпох выражается сменой знаков (П. Вайль, А. Генис), символизирующих идеологию эпох. В числе методов разрушения идеологических стереотипов определенной эпохи центральным методом является контекстная коммуникация, акцентирующая внимание не на самом содержании, а на контексте. Характерной особенностью российского информационного пространства является наличие не только внешних, но и внутренних информационных войн: информационные войны между олигархами, информационные войны между властью и олигархами, информационные войны между властью и оппозицией, информационные войны, инспирированные противостоянием разных сегментов власти. Актуальной проблемой современных информационных войн стала проблема борьбы с терроризмом, следствием чего являются программы формирования антитеррористического сознания.

В § 2.3 «Манипулирование как средство PR-революций» обосновывается тезис о том, что информационные войны проявляют огромные возможности в ставке на «экспорт демократии», при этом манипулирование массами используется как средство РК-революций. Это форма распространения влияния, демократии, ориентированной на принцип «мягкой силы», в терминологии известного американского исследователя Дж.Ная, - «мягкой» в отличие от «жестокой силы», основанной на принуждении, экономической и военной мощи. «Мягкая сила» более эффективна за счет использования определенных политических ценностей, ценностей культуры, а также определенных принципов поведения на мировой арене. Термин «бескровные перевороты» используют политологи Зб. Бжезинский и Дж. Най. В концепции Зб. Бжезинского мировое господство и глобальное лидерство связаны, проблемы перспективы человечества анализируются в ракурсе глобализации и распространения демократии под управлением американской гегемонистической элиты. В современном американском политическом анализе онжом выделить тенденции интерпретации глобального лидерства: интервенционализм, который утверждает первенство США по отношению к другим государствам (См.:Порядин С.В. США лидер глобализации // Философские науки, 2001, № 2. с. 32-47); изоляционизм, который подчеркивает, что вера в превосходство США - способ распыления сил в безуспешной попытке достигнуть имперского превосходства. В этих дебатах сформулировано несколько подходов к реализации гегемонии США в XX в. Жесткий реализм утверждает тезис о том, что ведущая мировая держава постоянно должна заботиться о перспективах своей исторической эволюции, потому что современная мировая политика представляет собой безжалостную борьбу за доминирование. Умеренный реализм развивает идею обращения к внешнему миру, которое базируется на порядке приоритетов. Либерал-гегемонизм утверждает идею использования США военного превосходства для установления порядка в утверждения нецивилизованных странах вместо гегемонии. Либеральный интернационализм подчеркивает, что либеральные государства, в отличие от

нелиберальных, редко вовлекаются в конфликт друг с другом. Дополняет эти теории концепция «мягкой силы» и концепция «власть народа» (people power), базирующиеся на привлекательности определенной культуры, определенных политических идеалов и ценностей.

PR-революции, по мнению автора, проявляют свою эффективность в гражданского общества. Организационные И пропагандистские условиях структуры РR-стратегий гибки, способны переходить из одного региона в другой, при этом меняются приемы и методы PR-стратегий: организационные и «имиджевые» схемы, источники финансирования, организация каналов информации. PR-стратегии ориентированы на возможности гражданского общества (достижение свободы, разделение властей, развитость демократических институтов) и на возможности массового общества (массовые ценности и настроения, массовая культура и массовое обожание вождей).

Теоретики, анализирующие проблему манипулирования как средства РКреволюций, отмечают, что неразвитость институтов гражданского общества, отсутствие поддержки их деятельности не позволяет противной стороне эффективно конкурировать с различными институтами, фондами, центрами, работающими на PR-революцию. Социальный контроль масс скорее возможен в условиях постоянного противостояния массового и гражданского обществ, когда организаторы этого контроля владеют искусством использования преимуществ каждого из них. Массовое общество служит социальному контролю масс, гражданское общество способствует рождению конфликтов и ценностей, появлению во власти новой политической и бизнес-элиты. Элита, которая лучше овладела искусством управления общественными связями в гражданском и массовом обществах, имеет больше шансов оказаться или удержаться у власти. Цель PR как управляющего элемента общественных связей – создание толпы, и разрушение системы социального контроля в обществе. К инструментам «мягкой силы» относятся новые информационные технологии, служащие каналами распространения идей, способных подорвать любое идеологическое господство. Виртуальные технологии, наложенные на инстинкты толпы, - это новое информационное оружие, влияющее на людей в XXI в. PR-технологии хорошо гражданском обществе, поскольку организационные адаптируются В

пропагандистские структуры PR-революционеров являются гибкими, приспособляемыми к окружающей среде, способными перетекать из одного региона в другой, менять приемы и методы деятельности. Лидеры PR-революций опираются как на возможности гражданского общества, так и на возможности массового общества, с его массовыми ценностями и настроениями, массовой культурой и культом вождей.

Анализ медиа-власти В коммуникативном пространстве культуры показывает, что СМИ как инструмент массификациии и как средство разрушения национального самосознания особо значимы В условиях современной глобализации, поскольку ускоренное развитие цивилизации в ходе глобализации способствует разрушению традиционных механизмов формирования национального самосознания и возникновению новых механизмов, создающих искусственные технологии работы с сознанием. Манипулирование сознанием все социокультурные структуры, становится пронизывает дисперсным, результате чего возникают безграничные возможности манипулирования массовым сознанием.

Возникающие на рубеже XX-XXI веков информационно-коммуникативные технологии, являясь отражением происходящей глобальной информационной революции, в границах которой технология приобретает статус глобального ресурса, несут в себе огромный потенциал, требующий дальнейшего изучения. Перспективы дальнейшего исследования проблемы весьма широки и включают в себя такие оставшиеся неисследованными вопросы, как вопросы, связанные с миром повседневности - это и проблема формирования информационной властью повседневности, и манипулятивный потенциал СМИ; неисследованных и актуальных проблем должны быть названы также проблемы, связанные с исследованием власти как способа саморегуляции коммуникативных отношений, с изучением природы и смысла метатактик, используемых в пространстве информационной власти. Чрезвычайно актуальной, на наш взгляд, является и проблема противостояния потенциалу консциентального оружия, проблема поиска средств защиты сознания от способов воздействия на него, - тех способов, которые по своей сути являются неконтролируемыми. Речь, в частности, МЕТА-СМИ формировании как информационных моделей, идет 0

ориентированных изучение технологий консциентального на оружия. Перспективной для исследования автор считает идею оценки последствий глобализации медиа, которая по своей сути ставит под сомнение одновекторность воздействия глобальных медиа; эта идея привлекательна и тем, что позволит в перспективе определить обусловленность интерпретации информационного воздействия тем культурным контекстом, в котором осуществляется это воздействие.

Совершенно очевидна перспективность исследования феномена коммуникации в аспекте создания модели коммуникации, ориентированной на развитие коммуникативной онтологии социальности (идея, изложенная в работах Ю. Хабермаса), которая предполагает вклад в процесс формирования обобщающего знания о коммуникации.

В заключении подведены итоги предпринятого анализа, а также обозначены основные направления исследовательской перспективы.

По теме диссертационного исследования опубликованы следующие работы:

Статьи в изданиях, рекомендованных ВАК для публикации результатов диссертации:

- 1. Чубик А.П. Новая конфигурация коммуникативных процессов в информационно-коммуникативном пространстве и трансформация статусной роли медиа-власти (концептуальный аспект) // Вестник Томского государственного университета, № 318. 2009, с. 78-82.
- 2. Чубик А.П. Формирование культуры толерантности как результат преодоления интолерантности общества // Вестник Томского государственного университета, № 309, 2008, (соавторство Радченко О.Е.), с. 63-66.
- 3. Чубик А.П. Субъект толерантности и интолерантности как фактор управления социальными отношениями // Известия Томского политехнического университета, № 7. 2007. (статья принята в печать 20.12. 2006), (соавторство Квеско Р.Б., Радченко О.Е., Квеско С.Б., Гончарова О.С. Исупов М.В.), с. 56 60.
- 4. Чубик А.П. Социолингвистические коммуникации как элемент социальных отношений // Известия Томского политехнического университета, № 7.

– 2007. (статья принята в печать 25.12.2006), (соавторство Квеско Р.Б., Ванина И.Л., Квеско С.Б., Бухтояров С.В., Емельянова Н.Е.), - с. 61 -67.

### Публикация в других научных изданиях:

- 5. Чубик А.П. Средства массовой информации в современном политическом процессе: к оформлению концептуальной парадигмы // Прогрессивные технологии и экономика в машиностроении. II Всероссийская научно-практическая конференция. Сборник трудов Юргинского технологического института, 2004. Том 2. с.190-192.
- 6. Чубик А.П. Глобализация коммуникативных процессов и статус информационной власти в постиндустриальном обществе // Прогрессивные технологии и экономика в машиностроении. II Всероссийская научно-практическая конференция. Сборник трудов Юргинского технологического института, 2004. Том 2. с.194-197.
- 7. Чубик А.П. Стратегические цели информационного века: к формированию трехстадийной модели измерений // Философия социальной работы. Труды II региональной научно-практической конференции.- Томский политехнический университет, 2004. с. 63-64.
- 8. Чубик А.П. Знание как стратегический ресурс власти и управления в постиндустриальном обществе // Философия социальной работы. Труды II региональной научно-практической конференции.- Томский политехнический университет, 2004. с. 64-66.
- 9. Чубик А.П. Интегрирование информационной власти в систему политической власти: к формированию механизма // Актуальные проблемы социальной философии. Труды региональной научно-практической конференции. Томский политехнический университет, 2004. с.50-52.
- 10. Чубик А.П. Информационная власть и политика // Актуальные проблемы социальной философии. Труды региональной научно-практической конференции. Томский политехнический университет, 2004. c.52-53.
- 11. Чубик А.П. Коммуникация в повседневной практике частных жизненных миров и статус медиа-власти в коммуникативном пространстве культуры // Известия Томского политехнического университета, № 6.- 2008, (соавторство Нехаева Н.А.), с.144-148.

12. Чубик А.П. Роль медиа-систем в формировании коммуникативного пространства современной культуры // Трансформация научных парадигм и коммуникативные практики в информационном социуме. Сборник научных трудов I Всероссийской научно-практической конференции. Томский политехнический университет, 2008, с. 209-212.