

Современные политические коммуникации в условиях пост-информационного общества

Научный руководитель – Володенков Сергей Владимирович

Красноцветов Глеб Владимирович

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет политологии, Кафедра государственной политики, Москва, Россия

E-mail: glebkrasnotsvetov@mail.ru

Теория информационного общества в настоящее время начинает подвергаться все большей критике. Существующие в рамках нее концепции, тяготеющие преимущественно к технотронному толкованию данного понятия, не обладают достаточной объяснительной способностью для описания современной социальной реальности [5]. В своей сути истинно информационным общество являлось лишь на начальном этапе развития Интернета, в период, когда постулировался свободный доступ к любой информации, информация была приравнена к знанию, имела место гибкая специализация труда, образование формировало иерархию в обществе, виртуальное являлось отражением реального [4].

Современный этап жизни общества качественно отличается от того, что можно было бы назвать информационной эпохой. Информация стала восприниматься как абсолютная совокупность текстов как единиц коммуникации, знание - как малая часть рефлексивно обрабатываемой информации. Сокращается сегмент свободно распространяемой информации [4]. Ценность канала коммуникации становится выше ценности передаваемого сообщения [2]. Виртуальное начинает определять реальное [3]. Информационная перегрузка, искажения и интерпретации превращают информацию в предмет торга, применительно к публичной сфере это снижает качество политического дискурса и снижает политическое участие граждан [7]. Развитие каналов коммуникации, расширение горизонтальных, преимущественно в онлайн, коммуникаций формирует «атомизированную» структуру общества. Данная социальная реальность как раз и может быть описана как пост-информационное общество или общество пост-правды [8].

В пост-информационную эпоху медиа в их широком понимании сохраняют роль ключевого инструмента политических коммуникаций, но их понимание также претерпевает определенные изменения. Специфическим свойством большинства медиа становится их конвергенция [1]. В ходе исследования был получен вывод о том, что понимание функций медиа в условиях пост-информационной эпохи также трансформируется: понимание функций выводится через понимание коммуникации, как процесса с самостоятельным смысловым и социально-политическим значением.

Исследование специфики конвергентных медиа показало, что расширение их инструментального применения в публичной политике в пост-информационную эпоху достигается в результате объединения фрагментированной аудитории путем преподнесения таргетированной информации, интерактивизации, мультимедизации и эмоционализации контента, более эффективного преодоления семантических и технических шумов, а также формированию вокруг конвергентных медиа привязанных к ним коммуникационных сред, в которых осуществляется обратная связь, основанная на горизонтальных коммуникациях и носящая адресный характер.

В условиях экстерриториальности информационно-коммуникационного взаимодействия целесообразно рассматривать процесс современной политической коммуникации в рамках региональных коммуникационных пространств, под которыми понимаются системы сложных коммуникационных связей, ограниченные языковым измерением [6]. Цель данного процесса сводится к адаптации региональных коммуникационных пространств под интересы тех или иных политических сил путем использования информационных и коммуникационных манипуляционных технологий, развития коммуникационных сред для вовлечения широкой аудитории, повышении эффективности использования каналов коммуникации, формирования повестки на основании эмоциональной и социальной значимости транслируемых сообщений. Данные выводы получены на основании анализа открытых баз данных, позволяющих выявить «собственников» каналов коммуникации, установить их связи с соответствующими элитами, группами интересов и группами давления, а также анализа особенностей «переупаковки» контента в соответствующих каналах коммуникации, брендинга данных каналов, степени развития коммуникационных сред вокруг них, показателей социального капитала.

Проанализировав практический опыт осуществления политических коммуникаций в пост-информационную эпоху было выявлено, что в современных условиях успешность коммуникации главным образом сведена к соответствию между каналами коммуникации с одной стороны, форматами и содержанием транслируемого через них контента, с другой стороны. В условиях существующей информационной перегрузки контент прежде всего должен воздействовать на эмоциональный компонент сознания потребителей.

Источники и литература

- 1) Вартанова, Е.Л. Энциклопедия мировой индустрии СМИ (Учебное пособие для студентов вузов), - М.:Аспект пресс, 2006.
- 2) Володенков С.В. От информации к коммуникации: коммуникационные технологии в условиях современного пост-информационного общества. // Вестник Московского государственного областного университета (Электронный журнал). 2016. № 4.
- 3) Кастельс М. Становление общества сетевых структур // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология (под ред. В.Л. Иноземцева). М., 1999.
- 4) Лессиг Л. Свободная культура - М.: Прагматика культуры, 2007.
- 5) Мацевич И.Я. Феномен "пост-информационного общества" как объект концептуализации, - М., 2009.
- 6) Соловьев А.И. Политический дискурс медиакратий: проблемы информационной эпохи // Полис. 2004. №2 - С. 124-132
- 7) Boggs, C. The end of politics: corporate power and the decline of public sphere. New York: Guilford. - 2000.
- 8) Keyes, R. The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life. New York: St. Martin's Press, 2004.