

DOI: 10.18372/2412-2157.40.19326

УДК 316.77:321.02]:654.02 (045)

С. С. Орденів

ПОЛІТИЧНА КОМУНІКАЦІЯ І МОВА МЕДІА У ПОСТІНДУСТРІАЛЬНУ ЕПОХУНаціональний авіаційний університет
e-mail: ss_ordenov@ukr.net

ORCID ID: 0000-0002-2572-8300; Researcher ID: Q-7658-2018

Анотація. У статті здійснюється соціально-філософський аналіз трансформацій політичної комунікації і мови медіа у постіндустріальну епоху. Зазначається, що процеси політичної комунікації є невід'ємними від комунікативних процесів, пов'язаних із мовою, мовленням, формуванням семіотичних знакових структур, інформаційним обміном тощо. В постіндустріальну епоху до суб'єктів (агентів) політичної комунікації, які прямо чи опосередковано беруть участь у політичному житті суспільства, належать також мас-медіа. Вони беруть участь у ініціації комунікативного процесу, визначають його зміст, форму і засоби. За допомогою мас-медіа політична влада значно розширює свою зону досяжності і можливості впливу на зовнішній світ. З появою «нових медіа» в постіндустріальному суспільстві змінюються не тільки способи комунікації, мовні форми та засоби, але й трансформуються комунікативні процеси, що визначає їхнє місце в цілісній системі семіотичних явищ і людських стосунків загалом.

Ключові слова: політична комунікація, постіндустріальна епоха, мова медіа, ЗМІ, медіація, «нові медіа».

Вступ

Мова, як семіотична знакова комунікативна система, в особливий спосіб заломлюється у мові масової, зокрема й політичної комунікації (Орденів 2023). Головними властивостями мови є те, що вона: по-перше, виступає інструментом формування в процесі соціальної інтеракції понять; по-друге, як семіотична система, мова багато в чому визначає безпосередньо сам спосіб людського мислення. Тож пізнавальна функція мови, яка полягає в цілісній і змістовній інтерпретації навколишньої дійсності, є невіддільною від її репрезентативної функції. Відповідно, вона постає не лише як понятійно-знакова система, але й слугує певним інструментом, що в процесі міжособистісної взаємодії на конвенційній основі координує соціальне становлення і розвиток кожної залученої у комунікативне середовище людини. В такий спосіб процеси політичної комунікації є невід'ємними від комунікативних процесів, пов'язаних із мовою, мовленням, формуванням семіотичних знакових структур, інформаційним обміном тощо.

Як зазначає І. Скиба, процеси, що відбуваються в інформаційному суспільстві, «супроводжуються розвитком новітніх засобів масової комунікації та посиленням їхнього впливу на низку рівнів мовної системи – лексичного, граматичного, стилістичного тощо» (Скиба І. 2023). Зважаючи на викладене, важливо дослідити мову медіа та визначити ту роль, яку вона відіграє у процесі політичної комунікації постіндустріального суспільства.

Аналіз досліджень і публікацій

Теоретичною основою дослідження виступили соціально-філософські, соціолінгвістичні, лінгво-філософські, соціологічні тощо праці Д. Вандербекена, Л. Вітгенштайна, Г. Інніса, Р. Лінтона, Н. Лумана, М. Маклуена, Дж. Міда, Дж. Серля, М. Фуко.

Мета та завдання статті

Мета статті – здійснити соціально-філософський аналіз трансформацій політичної комунікації і мови медіа у постіндустріальну епоху.

Методологія дослідження

Методологію дослідження становлять лінгвокультурний та діалектичний метод, системний

підхід у поєднанні із філософськими принципами: сходження від абстрактного до конкретного; об'єктивності, а також загальнонаукові принципи і методи: логіко-аналітичний; компаративний; функціональний аналіз тощо.

Результати дослідження

Ключовою умовою існування будь-якого суспільства є соціальна взаємодія, або соціальна інтеракція (social interaction), що постає у формі нескінченної комунікації, учасники якої спостерігають один за одним, осмислюють наміри оточуючих та реагують на них у відповідний спосіб. Ця одночасна взаємодія та вплив індивідів і соціальних груп один на одного у ході реалізації їхніх інтересів у процесі політичної комунікації, так само, як і у ході будь-яких форм соціальної взаємодії, відбувається за допомогою мови. Суспільне життя і мова нерозривно пов'язані між собою, адже неможливо відділити думки людей та їхні дії від тих комунікативних, зокрема, мовних засобів, які використовуються ними у ході діяльності і взаємодії. Організація суспільного життя залежить від мови, яку люди використовують на кожному конкретному етапі цього життя – від виникнення задуму, до його планування і реалізації. Це означає, що мова виконує набагато більше функцій, аніж просто символічне позначення певних об'єктів і алгоритмів дій. Вона існує в сфері більш масштабних і складних концептуальних моделей мислення, практичного досвіду людини, накопичених знань людства, їхньої передачі, процесів інтеракції, способів та форм комунікаційної взаємодії тощо.

М. Маклуен у роботі «Розуміння медіа: Зовнішні розширення людини» зазначає, що у процесі комунікації посередники виступають як транслятори-перекладачі (сенсу). Він вважає, що усі засоби комунікації, будучи здатними переводити досвід у нові форми, є діючими метафорами. Слова є складними метафоричними системами, що переводять досвід у почуття, яке вимовляється і виносить в такий спосіб назовні. М. Маклуен стверджує, що це технологія експліцитності, завдяки якій безпосередній чуттєвий досвід переводиться у символи, що дозволяє в будь-який момент пробудити і відновити з пам'яті весь світ (McLuhan

2003). За допомогою слів людина значно розширює свою зону досяжності і можливості впливу на зовнішній світ. Тому дослідник стверджує, що слово було першою технологією, завдяки якій людина змогла випустити з рук своє середовище з тим, щоб схопити його по-новому.

Зважаючи на викладене, сучасні соціо- і психолінгвісти великого значення в розумінні комунікативного мовного процесу надають психологічному поняттю «намір». Зокрема Дж. Серль та Д. Вандербекен, розвиваючи в роботі «Основи іллокутивної логіки» теорію мовленнєвих актів, наголошують на тому, що, окрім синтаксичного і семантичного, не менш важливим є прагматичний аспект комунікації, без врахування якого побудова адекватної мовної теорії є не лише неповною, але й неможливою. Зокрема, синтаксис у мовознавстві вивчає правила, за якими формуються відношення між знаками, способи їхнього об'єднання у номінативні та комунікативні мовні одиниці для утворення зв'язного мовлення тощо. Семантика досліджує проблеми розуміння та смисловий аспект одиниць мови. Натомість прагматика зосереджується на відношенні мовних знаків до інтерпретаторів та тієї мовної форми, в якій виражаються їхні суб'єктивні наміри, а також описі дій, які обумовлені використанням цієї форми.

У світлі сказаного А. Синиця зазначає, що «інтересу до проблем прагматики сприяв розвиток модальної логіки (яка досліджує висловлювання з операторами «вірю», «віддаю перевагу», «знаю», «переконаний» тощо)» (Синиця 2008, 17). Додамо, що зазначені оператори набувають важливого значення у процесі політичної комунікації, яка певною мірою відбувається із застосуванням медійних засобів. Зважаючи на вагомість прагматичної складової у сфері мовленнєвої комунікації Дж. Серль та Д. Вандербекен трактують термін «намір» у його подієвому контексті – як певний психологічний стан, що стимулює соціально значущу (комунікативну) інтенцію (Searle 1985). Тож ключовою особливістю комунікативної мовної медіації є наявність у посередника-медіатора певної комунікативної мети, наміру, зокрема – переконати, привернути увагу, вплинути на аудиторію, сформувати в свідомості потрібні патерни і сенси тощо.

Згідно з Л. Вітгенштайном, мовна комунікація – це гра, у ході якої знак змінює своє значення в контексті тієї практичної ситуації, в якій він вживається. Значення знаку, отже, не може бути статичним. Воно є динамічним, та змінюється як в контексті певного комунікативного акту, так і під впливом психологічного стану медіатора, його наміру, мети поставленого комунікативного завдання і т.і. У цьому зв'язку С. Віджо зазначає, що посередництво в комунікативному акті – це власне *модулювання або маніпулювання значеннями* (курсив наш – О. С.) з метою подолання герменевтичних та прагматичних бар'єрів, а також виконання метакомунікативних завдань (Viaggio 2006). Це означає, що істинність висловлювань, їхнє змістовне наповнення та осмисленість, залежать від тих контекстів, в яких вони реалізуються, а також від мети комунікації та тих метакомунікативних завдань, що постають перед

комунікаторами. Сама ж мовна комунікація є частиною соціальних процесів і відносин. За цих умов політичну комунікацію можна розглядати як складне соціолінгвістичне явище, що містить у собі окрім тексту ще й екстралінгвістичні компоненти, такі як усталені цінності, принципи, знання про світ, власний погляд, опінію, установки, цілі комунікації тощо. Тобто вона постає як складна система ієрархії знань, виступаючи одночасно як лінгвістичний, соціокультурний і ідеологічний феномен.

В теорії комунікації комунікатори поділяються на два види: комунікантів та комунікатів. Комунікант – це той, хто ініціює комунікативний процес, формує повідомлення і комунікативні зв'язки, за якими передає інформацію. Комунікат – це реципієнт, отримувач інформації. (Баришполець 2007, 167). Як суб'єкт комунікації, комунікант реалізує власні, самостійно вироблені програми дій, спрямовані на досягнення поставленої мети, а також визначає умови та засоби щодо її досягнення. Головними завданнями комуніканта є встановлення та підтримання контакту з аудиторією при одночасному створенні позитивного образу. Тому зміст повідомлення, його характер, форма та спрямування комунікації, комунікативна поведінка тощо, залежить від комуніканта, для якого важливо, щоб його повідомлення справило на комуніката найбільший ефект. В такий спосіб, комунікативна медіація є виключно комунікативною роллю, яка визначається «як динамічний аспект статусу» (Ємельянова 2008), що означає соціальний статус актора у комунікативному процесі. Комунікативна роль, як певний параметр персонального та інституціонального дискурсу, пов'язана із соціально-психологічним станом комунікантів, якому відповідає цілий набір способів комунікативного управління інтеракцією – від встановлення комунікативних ролей, до вибору форм кодування, каналів передачі інформації, теми, стилю, тональності і інструментальних засобів комунікації тощо. Зважаючи на викладене, статусні компоненти комунікативних ролей у системі політичної комунікації можна представити як ключові характеристики інституціонального дискурсу, де комуніканти представлені не як окремі суб'єкти комунікації, а передусім, як носії певного соціального статусу, що виявляється в їхніх комунікативно-ролевих характеристиках.

Основоположниками, які запровадили поняття «роль» у науковий дискурс, вважаються антрополог Р. Лінтон та американський прагматик і соціальний психолог Дж. Мід. Згідно з теорією соціальних і комунікативних ролей, роль: по-перше, виступає динамічним аспектом соціального статусу, спрямованого на виконання певних прав і обов'язків, що закріплені за ним; і по-друге, особа, власне, як і її роль, є умовними продуктами глобальних інтеракцій. Цю думку у роботі «Археологія знання» в подальшому розвиває М. Фуко. В ній він розкриває зміст поняття «дискурсивний» як процес вироблення в якості висловлювання в соціумі нових зв'язки і відносин. Звідси – соціальну і рольову ідентичності М. Фуко розумів як певні «сконструйовані» категорії – продукти домінуючих дискурсів (Фуко 2003). Поняття

«ролі» посідає важливе місце також у драматургічному підході І. Гоффмана, у роботах якого, як зазначає В. Володько, «фактично, будь-яка дія людини розглядається як її рольова поведінка. Особливо наголошується на перформативному характері ролі. Виконання ролі – це демонстративна поведінка людини чи групи людей («актори») перед іншими людьми («глядачі», «аудиторія»), а також спосіб впливу на них. У такий спосіб роль розкривається і набуває свого значення в певних конкретних ситуаціях. Виконання (performance) є основним терміном для аналізу людської діяльності» (Володько 2008).

Ключовими компонентами теорії ролей є суб'єкти та об'єкти, що у нашому випадку можна представити, відповідно, як агенти і клієнти політичних інститутів, а також сам комунікативний процес та комунікативна ситуація. Всі ці елементи разом визначають соціорольові форми поведінки комунікантів в процесі політичної інтеракції. До суб'єктів (агентів) політичної комунікації належать актори, які прямо чи опосередковано беруть участь у політичному житті суспільства, здійснюючи процес медіації. Ними є політичні діячі, соціальні спільноти, представники влади, державні органи, громадсько-політичні організації, суспільні класи, партії, етноси тощо. Зазначені суб'єкти політичної комунікації здійснюють процес медіації за допомогою засобів масової інформації, через різноманітні організації (політичні партії і рухи, громадські об'єднання тощо), або особисту взаємодію. А отже, вони, разом із засобами масової інформації, задіяних у цьому процесі, постають суб'єктами медіа, комунікантами, що, власне, ініціюють комунікативний процес, визначаючи його зміст, форми і засоби тощо.

Для нашого дослідження важливо здійснити експлікацію поняття «медіа» в контексті політичної комунікації та його співвіднесення з терміном «засоби масової інформації». Слід зазначити, що у теорії комунікації медіа (від лат. *mediūm* – посередник) означає не лише технічні засоби та канали передавання інформації у просторово-часовому вимірі, її продукування, зберігання та відтворення, але також це будь-яка знакова система, зафіксована в певній формі (усній, друкованій, аудіовізуальній тощо). Зокрема, представники Торонтської школи комунікації (Г. Інніс, М. Маклуен) поряд із засобами комунікації, такими як слово, преса, чи телеграф, відносили також до сфери медіа різноманітні артефакти, які у звичайному розумінні наче зовсім не належать до засобів зв'язку, такі як камінь, одяг, архітектуру, колесо і т.і. Це пов'язано з тим, що Торонтська школа комунікації справедливо зосереджується на тому впливі, яке здійснює медіа передаючи повідомлення, що є не менш важливим, аніж саме повідомлення, а також на застосованій у процесі комунікації технології.

Зважаючи на ті специфічні особливості комунікації, що продукує з технологічної точки зору теперішнє постіндустріальне суспільство, сучасні дослідники комунікативних процесів до змісту поняття «медіа» відносять також різноманітні канали та технічні засоби комунікації, які формують особливе медіа-середовище, зокрема ті, що

послугуються комп'ютерними та мережними технологіями (нові медіа) (Lister 2009). Зокрема, в Українському словнику медіакультури поняття «нові медіа» розкривається як «засоби масової інформації, що з'явилися завдяки розвитку цифрових технологій і стали альтернативою традиційним («старим») медіа – аналоговому телебаченню, радіо, газетам, журналам. До нових медіа відносять новітні технології зв'язку, безпроводні технології передавання даних (Wi-Fi, WiMax), супутникові та мобільні технології забезпечення зв'язком (GPS, GSM, GPRS, WAP) і виходом у мережу Інтернет (ISP, Ethernet), а також усі ін. альтернативні «традиційним» способи доставки інформації та послуг і засоби комунікації між суб'єктами. Синоніми – комп'ютерно опосередковані комунікації (computer mediated communications, CMC), або цифрові медіа (digitalmedia), тобто інноваційні канали і формати комунікації з аудиторією, що дають змогу відтворювально і стабільно в часі транслювати аудіовізуальну продукцію для конкретної аудиторії» (Барішполець 2014, 50-51). В контексті сказаного можна додати, що поява нових медіа змінює не тільки способи комунікації, мовні форми та засоби в постіндустріальному суспільстві, але й трансформує комунікативні процеси, визначаючи їхнє місце в цілісній системі семіотичних явищ і людських стосунків загалом.

Дослідники відмічають, що в постіндустріальну епоху поява інформаційно-комунікативних технологій та нових засобів медіа суттєво вплинуло на зміну характеристик сучасного соціуму, трансформували духовну сферу людини, характер комунікації тощо. Як зазначає Г. Клешня, в соціальній реальності сучасного суспільства «з'являються нові [елементи], які є ключовими щодо розкриття сутності цієї реальності: 1) ключова роль належить комунікації, а не інформації; 2) відбувається поява і поширення нових засобів комунікації; 3) відбувається віртуалізація всіх сфер життя» (Клешня 2021). О. Сідоркіна стверджує, що завдяки появі в структурі сучасного суспільства інформаційно-комунікативних технологій відбувається «трансформація самого характеру соціальної та міжособистісної комунікації» (Сідоркіна 2024). Л. Дротянко звертає увагу на те, що в процесі комунікації «у сучасних соціальних мережах, часто відбувається нівелювання індивідуальних характеристик особистості», що почасти «пов'язано із впливом на людську психіку і свідомість спеціальних психологічних технологій, які застосовуються із цілком визначеною метою, а почасти особистість сама прагне розчинитися в тій чи іншій соціальній мережі, щоб стати «своєю» у певній спільноті» (Дротянко 2024). За цих умов «змінюється сама людина, яка за своїм історичним типом все більше набуває ознак «масової», зануреної у споживацтво, егоцентризм як світоглядну позицію та у кращому варіанті – у процес «культування» вузько спрямованих «корпоративних» інтересів і цінностей» (Суходуб 2024). У ході цих процесів комунікативна медіасистема стає все більш диференційованою, що викликає принципові зміни у культурно-комунікативній структурі суспільства.

Стосовно змістового наповнення терміну «засоби масової інформації», то «Велика українська енциклопедія» визначає ЗМІ як «платформи і канали, які збирають, обробляють та поширюють інформацію для масових та локальних аудиторій, використовуючи різноманітні технічні засоби. Йдеться про газети, журнали, радіостанції, телеканали, інформаційні служби, онлайн-видання тощо. ЗМІ працюють на підставі свідоцтва про державну реєстрацію, передбачають наявність постійного спеціального апарату планування, відбору, підготовки для поширення або виробництва інформації. Вони є професійними й бюрократизованими організаціями, які, згідно з ліберальною демократичною моделлю, існують в умовах ринкової конкуренції та функціонують у публічній сфері у межах чинних правових норм. ЗМІ належать до системи мас-медій» (Єнін 2024).

Незважаючи на деяку наявну схожість, яка простежується у наведених визначеннях, детальніший аналіз показує, що зміст поняття «медіа» є ширшим від змісту терміну «засоби масової інформації». В світлі сказаного можна стверджувати, що засоби масової інформації є складовою, яка своїми платформами та каналами є інтегрованою в систему мас-медіа. Мас-медіа, у свою чергу, входять у цілісну медіа сферу, формуючи особливе медіа-середовище і виконуючи загальну функцію медіації в сучасному соціумі.

Зауважимо, що в нашому дослідженні сам процес медіації ми розкриваємо у його найширшому розумінні, власне як «розвиток сюжетної лінії, на який впливає медіатор; інтертекстуальну трансформацію двох поєднаних ситуацій або сукупності протилежних ситуацій в оповідному просторі» (Літературознавча енциклопедія 2007, 22). Відповідно, з цієї позиції, медіатор постає як суб'єкт комунікативного процесу, актор, що здійснює процес медіації, впливаючи на нього та «встановлюючи співвідношення між зав'язкою і фіналом міфічного чи епічного твору» (Там само), формуючи в такий спосіб змістову частину повідомлення.

М. Маклуен зазначав, що повідомлення є засобом комунікації, адже саме «засоби комунікації визначають і контролюють масштаби та форму людської асоціації і людської дії» (McLuhan 2003). З позиції дослідника, будь-які технології, зокрема і сам процес медіа-комунікації, є формою зовнішнього продовження/розширення людини. Це означає, що індивідуальними та соціальними наслідками застосування будь-кого засобу комунікації є, насамперед, ті нові можливості, які людина отримує від розширення назовні свого впливу. Спираючись на зазначене, можна стверджувати, що підставою будь-якого комунікативного акту є зовнішнє розширення впливу суб'єкта – ініціатора комунікативного процесу. Це імпліцитно пов'язує процес комунікації з внутрішньо присутніми психологічними аспектами влади, зі сферою колективного несвідомого та глибинною природою політичного в соціумі, а також із розвитком технологій, які, по суті, виступають в цій системі засобом зовнішнього розширення людини.

Від ефективності застосованих технологій залежить масштаб цього розширення та, відповідно,

результативність самого комунікативного акту, а отже, розвиток технологій сприяє посиленню влади, яка використовує їх у процесі політичної комунікації. На підтвердження цього проміжного, але важливого для нашого дослідження висновку, можна привести слова М. Маклуена, який, говорячи про електричне світло, зазначав, що воно постає як чиста інформація, являючи собою засіб комунікації без повідомлення. У зв'язку з цим дослідник робить висновок: фактом, що характеризує усі засоби комунікації, є те, що «змістом» будь-якого засобу комунікації завжди є інший засіб комунікації. Тому усі засоби комунікації існують парами – коли один засіб комунікації виступає в якості «змісту» іншого. Натомість ми не завжди можемо роздивитися глибинний характер цього засобу комунікації, адже його наче затьмарює «зміст» самого повідомлення. І це приховує від нас функціонування їх обох. (McLuhan 2003). Отже, в контексті політичних відносин, «змістом» будь-якого засобу політичної комунікації є інший засіб комунікації, в основі якого лежать відносини розширення влади та підвищення її ефективності, які нерозривно пов'язані із розвитком технологій. Зазначений аспект указує на величезну роль технологій у комунікативному процесі, які детермінують характер та визначають форму політичної комунікації в постіндустріальному суспільстві.

Обговорення

Згідно із соціальною теорією Н. Лумана, суспільство являє собою оперативну-замкнену самореферентну комунікативну систему, засновану на узгодженні взаємних очікувань учасників цього процесу, що постійно транслює інформацію в діапазоні безперервних смислових актів «повідомлення» – «розуміння» (Luhmann 1984). При цьому, на думку дослідника, смислові системи є абсолютно закритими (самореферентними), оскільки смисл може бути пов'язаний лише з іншим смислом, і може бути замінений також лише на смисл. Тож смисл узагалі щоразу набуває визначеності і актуальності свого існування не інакше, як суто за допомогою вказівки на інший смисл.

Проблему кореляції наших знань про навколишній світ з об'єктивною реальністю, яка неодмінно виникає з позиції класичної епістемології у ході такої інтерпретації, Н. Луман прагне вирішити так: смислові структури в самореферентних системах виникають у такий спосіб, що ці системи можуть здійснювати внутрішні операції через відмінність система/навколишній світ. За всіх внутрішніх операцій, що здійснює самореферентна система, смисл сприяє постійній наявності посилення на саму систему і на більш-менш сформований навколишній світ. Водночас, вибір засад орієнтації може залишатися відкритим і бути залишеним подальшим операціям, які одночасно відтворюють смисл із відсиланнями на зовні й усередину. Звідси, зазначає Н. Луман, очевидним є еволюційний вигравш такого досягнення, як «смисл», що засновується відтоді на нестримній самореферентності в улаштуванні систем. Він полягає в новій комбінації закритості устрою системи та його відкритості навколишньому

світові (Luhmann 1984). Отже, із соціальної позиції, розуміння трактується Н. Луманом як інтерпретація в певній концептуальній системі, що складається із взаємопов'язаних смислів-концептів, які обумовлюються конкретними знаннями, точками зору, поглядами тощо, що становлять основу зорієнтованого ставлення людини до дійсності. На думку дослідника, в такий спосіб соціальний смисл позбавляється прив'язаності до певних об'єктів, або людей, і постає як носій особливої редуплікації самих можливостей розуміння.

Даний підхід, що являє собою деяку суміш кібернетичної теорії, суб'єктивізму, агностицизму, соціального релятивізму, когнітивістики, трансценденталізму, радикального конструктивізму тощо, дозволяє розглядати комунікативний акт як замкнену самодостатню, здатну до самовідтворення систему, що відрізняє себе від оточення, яке вона не може цілковито охопити на концептуальному рівні. Тому будь-які комунікативні процеси, пов'язані з розумінням, формуванням понять, сенсотворенням, передачею і сприйняттям інформації, можливі лише в межах того, що може бути охоплено і оброблено нашою свідомістю. Як із середини цієї системи неможливо побачити і до кінця зрозуміти її оточення, так само неможливо адекватно сприйняти систему знаходячись ззовні. Парадоксальність комунікативної теорії Н. Лумана полягає в тому, що вона деякою мірою ставить під сумнів можливість самої комунікації, зокрема між різними системами, яка за означених умов відбувається тією мірою, якою кожна замкнена комунікативна система сполучена із зовнішнім світом.

Комунікативна система Н. Лумана складається з повідомлення, інформації і розуміння, де інформація є ключовим елементом, адже вона становить зміст повідомлення, яке сприймається і усвідомлюється. Водночас, в інтерпретації Н. Лумана інформація постає не у вигляді деякої постійної змістовної структури, а є подією, яка змінює стан самої системи. Тут простежується відсилка до творчості Л. Вітгенштайна (зокрема його раннього періоду, коли він стверджував, що «світ є сукупністю фактів, а не речей» (Вітгенштайн 1995, 24) та пізнього, коли Л. Вітгенштайн розглядав мову як рухливу систему контекстів, «мовних ігор», тобто форму діяльності, спрямовану на досягнення мети в певному комунікативному середовищі, засобом якої виступає мова), а також робіт Г. Бейтсона, який визначав інформацію як «відмінність, яка створює відмінність» (Bateson 1978). Зазначимо, що в інформаційній теорії Н. Лумана імпліцитно присутньою є також думка, яку до цього можна простежити у Л. Вітгенштайна: мова – це дія, мовлення – це дія, і дія – це дія.

У світлі зазначеного, інформація постає як процес, або певна подія, що має свій початок і кінець, а також містить причину і результат. Вона постійно конститується в середині системи і має темпоральний характер, що результується у ході взаємної гри автореферентних та інореферентних позначень. Звідси випливає, що інформаційне повідомлення є найбільш вираженим динамічним елементом комунікації, та постає як дія, яка зумовлена зовнішнім характером протікання

комунікації, а також її часовим виміром. У результаті цієї дії відбувається: по-перше, акт сенсотворення; по-друге, зміна стану системи; по-третє, вплив на характер діяльності залучених у комунікативний процес акторів. Відповідно, мовні знаки не лише уможливають фіксацію, зберігання і відтворення інформації про навколишню дійсність, як це стверджується в рамках класичного мовознавства. Їх можна також трактувати як певну форму інтерпретації предметної інформації, обумовлену сприйняттям людини, що виступає як спосіб оцінки і, власне, як акт її впливу на отримувача інформаційного повідомлення. Останнє вказує на можливість впливати на людську поведінку через створення та поширення в суспільстві відповідних повідомлень, зокрема засобами масової інформації, а також корегувати напрям трансформації структури соціальної системи, штучно вводячи її в новий керований стан за допомогою інформаційних повідомлень. У зв'язку із цим принципового значення в політичній мові комунікації набуває поняття «посередник-медіатор» – суб'єкт, який забезпечує комунікативний процес влади та суспільства.

Зазвичай під мовним посередництвом розуміють процес перетворення у ході двомовної комунікації вихідного (аутентичного) повідомлення у таку мовну форму, яка може бути сприйнятою іншими учасниками комунікативного акту, що не володіють мовою оригіналу (Дем'яненко 2011). Мовне посередництво здійснюється суб'єктом, який забезпечує опосередковану мовленнєву комунікацію за допомогою різних засобів. Розрізняють еквівалентне та гетеровалентне мовне посередництво. Перший тип спрямований на те, щоб процес медіації відбувався з найменшими відхиленнями від початкових структури і тексту повідомлення. У ході еквівалентного мовного посередництва медіатор повинен перекласти, переказати, чи розтлумачити повідомлення з найбільшим ступенем ідентичності щодо змісту, не допускаючи, або мінімізуючи його перекручування чи спотворення. Другий, навпаки, спрямований на процес медіації, за яким, в результаті змін, не пов'язаних із природою мовного посередництва, у повідомлення привноситься додатковий контекст, що змінює його початковий зміст і форму. У цьому випадку посередник-медіатор сам певною мірою виступає автором/співавтором повідомлення, адже він вносить деякі корективи в зміст, намагається врегулювати розбіжності, або шукає можливості досягнення компромісу тощо (Viaggio 2006). Це, передусім, указує на соціокультурні та мовні особливості комунікації, спричинені відмінностями у менталітеті, соціально-психологічному стані комунікантів, специфіці поточної ситуації, в якій відбувається комунікативний акт тощо. В такий спосіб, мовне посередництво треба розглядати у широкому контексті – як акт комунікативної мовної медіації, що містить в собі як інтерпретацію тексту, так й інтерпретацію смислу, охоплюючи процеси комунікації з урахуванням усіх наявних фізичних, фізіологічних, психологічних, ментальних, соціальних, контекстних, ситуативних, політичних, культурних та інших складових комунікації.

Висновки

Процеси політичної комунікації є невід'ємними від комунікативних процесів, пов'язаних із мовою, мовленням, формуванням семіотичних знакових структур, інформаційним обміном тощо. Мова, як семіотична знакова комунікативна система, в особливий спосіб заломлюється у мові масової, зокрема й політичної комунікації. Відповідно, вона постає не лише як понятійно-знакова система, але й слугує певним інструментом, що в процесі міжособистісної взаємодії на конвенційній основі координує соціальне становлення і розвиток кожної залученої у комунікативне середовище людини.

В постіндустріальну епоху до суб'єктів (агентів) політичної комунікації, які прямо чи опосередковано беруть участь у політичному житті суспільства, здійснюючи процес медіації, окрім політичних діячів, різноманітних соціально-політичних спільнот, представників державної влади, громадсько-політичних організацій і утворень тощо, належать, також, мас-медіа, які ініціюють комунікативний процес, визначають його зміст, форми і засоби. За допомогою мас-медіа політична влада значно розширює свою зону досяжності і можливості впливу на зовнішній світ. Це означає, що розвиток технологій сприяє посиленню влади, яка використовує їх в процесі політичної комунікації. З появою нових медіа змінюються не тільки способи комунікації, мовні форми та засоби в постіндустріальному суспільстві, але й трансформуються комунікативні процеси, що визначає їхнє місце в цілісній системі семіотичних явищ і людських стосунків загалом. У результаті комунікативна медіасистема стає все більш диференційованою, що викликає принципові зміни у культурно-комунікативній структурі суспільства.

Список літератури

1. Орденів С. С. Трансформація концепту прав людини у політичній мові комунікації. *Вісник Національного авіаційного університету. Серія Філософія. Культурологія. Збірник наукових праць*. Вип. 2 (38). К.: НАУ, 2023. С. 37-42. DOI: <https://doi.org/10.18372/2412-2157.2.18108>
2. Скиба І. П. Трансформація мови комунікації під впливом процесів інформатизації суспільства. *Вісник Національного авіаційного університету. Серія Філософія. Культурологія. Збірник наукових праць*. Вип. 2 (38). К.: НАУ, 2023. С. 94-100. DOI: <https://doi.org/10.18372/2412-2157.2.18121>
3. McLuhan M. *Understanding Media: The Extensions of Man Hardcover*. Gingko Press, 2003. 616 p. ISBN-10 1584230738
4. Синиця А. Логіко-філософський аспект теорії «мовленневих актів». *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. № 607. 2008. С. 16-21.
5. Searle, John R., Vanderveken, Daniel. *Foundations of Illocutionary Logic*. Cambridge University Press, 1985. 227 p.
6. Viaggio S. *A General Theory of Interlingual Mediation*. Frank & Timme GmbH, 2006. 241 p.
7. Барішполец О. Т. Комунікант і комунікат – механізми взаємодії. *Культура народів Причорномор'я*. 2007. № 120. С. 167-169.
8. Ємельянова, О. В. До питання про ідентифікацію соціальної ролі «закоханий/закохана». *Культура народів Причорномор'я*. 2008. № 142. Т. 1. С. 237-239.
9. Фуко М. *Археологія знання*. К.: Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2003. 326 с.
10. Володько В. В. Рольова теорія в сучасній соціологічній перспективі. *Український соціум*. 2008. № 2 (25). С. 19-34.

11. Lister M., Dovey J., Giddings S., Grant I., Kelly K. (2009). *New Media: A Critical Introduction*. Taylor & Francis. P. 51-59. ISBN 978-0-415-43160-6.

12. Барішполец О. Т. Український словник медіакультури. Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної і політичної психології. К.: Міленіум, 2014. 196 с. Режим доступу: <https://spp.org.ua/wp-content/uploads>.

13. Клешня Г. М. Кібер-соціальне суспільство: новітня ризома. *Вісник Національного авіаційного університету. Серія Філософія. Культурологія. Збірник наукових праць*. Вип. 1 (33). К.: НАУ, 2021. С. 45-51. DOI: <https://doi.org/10.18372/2412-2157.33.15641>.

14. Сідоркіна О. М. Особистість в умовах сучасних викликів (комунікативний аспект). *Вісник Національного авіаційного університету. Серія Філософія. Культурологія. Збірник наукових праць*. Вип. 1 (39). К.: НАУ, 2024. С. 65-69. DOI: <https://doi.org/10.18372/2412-2157.39.18459>.

15. Дротянко Л. Г. Унікальність людського буття у сучасних соціальних комунікаціях. *Вісник Національного авіаційного університету. Серія Філософія. Культурологія. Збірник наукових праць*. Вип. 1 (39). К.: НАУ, 2024. С. 5-10. DOI: <https://doi.org/10.18372/2412-2157.39.18424>.

16. Суходуб Т. Д. Міф як концепт. *Вісник Національного авіаційного університету. Серія Філософія. Культурологія. Збірник наукових праць*. Вип. 1 (39). К.: НАУ, 2024. С. 79-85. DOI: <https://doi.org/10.18372/2412-2157.39.18462>.

17. Єнін М. Н. Засоби масової інформації (ЗМІ). *Велика українська енциклопедія*. URL: [https://vue.gov.ua/Zasobi-masovoi-informatsii-\(ZMI\)-\(data-zvernennya-11.08.2024\)](https://vue.gov.ua/Zasobi-masovoi-informatsii-(ZMI)-(data-zvernennya-11.08.2024)).

18. Літературознавча енциклопедія: У двох томах. Т. 2 / Авт.-уклад. Ю. І. Ковалів. К: ВЦ «Академія», 2007. 624 с. (Енциклопедія ерудита).

19. Luhmann N. *Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie*. Frankfurt: Suhrkamp, 1984. 674 p.

20. Вітгенштайн Л. *Tractatus Logico-Philosophicus; Філософські дослідження*. К.: Основи, 1995. 311 с.

21. Bateson G. *Ecology of Mind Collected Essays in Anthropology, Psychiatry, Evolution, and Epistemology*. Jason Aronson Inc. Northvale, New Jersey-London, 1978. 535 p.

22. Дем'яненко, О. Переклад як спосіб розуміння культурної ідентичності в умовах міжкультурної комунікації. *Науковий вісник ХДУ. Серія «Лінгвістика»*: зб. наук. праць. Херсон: ХДУ, 2011. Вип. 15. С. 289-292.

References

1. Ordenov, Serhii. 2023. "Transformatsiia kontseptu prav liudyny u politychnii movi komunikatsii" ["Transformation of the Concept of Human Rights in the Political Language of Communication"]. *Visnyk Natsionalnoho aviatsiinoho universytetu. Seriya: Filosofiia. Kulturolohiia, Proceedings of the National Aviation University. Series: Philosophy. Culturology 2*(38): 37–42. <https://doi.org/10.18372/2412-2157.2.18108>
2. Skyba, Ivan. 2023. "Transformatsiia movy komunikatsii pid vplyvom protsesiv informatyzatsii suspilstva" ["Transformation of the Language of Communication under the Influence of Society's Informatization Processes"]. *Visnyk Natsionalnoho aviatsiinoho universytetu. Seriya: Filosofiia. Kulturolohiia, Proceedings of the National Aviation University. Series: Philosophy. Culturology 2* (38): 94–100. <https://doi.org/10.18372/2412-2157.2.18121>
3. McLuhan, Marshall. 2003. *Understanding Media: The Extensions of Man Hardcover*. Gingko Press.
4. Synytsia, Andrii. 2008. "Lohiko-filosofskyi aspekt teorii movlennievyykh aktiv" ["Logical-philosophical Aspect of the Theory of Speech Acts"]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu "Lvivska politekhnika", Bulletin of the National University "Lviv Polytechnic"* 607: 16–21.
5. Searle, John R., and Daniel Vanderveken. 1985. *Foundations of Illocutionary Logic*. Cambridge University Press.
6. Viaggio, Sergio. 2006. *A General Theory of Interlingual Mediation*. Frank & Timme GmbH.
7. Baryshpolets, Oleksii. 2007. "Komunikant i komunikat – mekhanizmy vzaiemodii" ["Communicant and communicat – mechanisms of interaction"]. *Kultura narodiv Prychornomoria, Culture of the Black Sea Peoples* 120: 167–169.
8. Iemelianova, Olena. 2008. "Do pytannia pro identyfikatsiiu sotsialnoi roli; zakokhanyi/zakokhana" ["On the Issue of the

Identification of the Social Role In Love"]. *Kultura narodiv Prychornomor'ia, Culture of the Black Sea Peoples* 1(142): 237–239.

9. Fuko, Michel. 2003. *Arkheolohiia znannia [The Archaeology of Knowledge]*. Kyiv: Vyd-vo Solomii Pavlychko «Osnovy».

10. Volodko, Viktoriia. 2008. "Rolova teoriia v suchasni sotsiologichnii perspektyvi" ["Role theory in a modern sociological perspective"]. *Ukrainskyi sotsium, Ukrainian Society* 2 (25): 19–34.

11. Lister, Martin, Jon Dovey, Seth Giddings, Iain Grant, and Kieran Kelly. 2009. *New Media: A Critical Introduction*. Routledge: Taylor & Francis Group.

12. Baryshpolets, Oleksii. 2014. *Ukrainskyi slovnyk mediakultury [Ukrainian dictionary of media culture]*. Kyiv: Milenium. <https://ispp.org.ua/wp-content/uploads/2020/05/BarishpSlovMaket2014.pdf>

13. Kleshnia, Hanna. 2021. "Kiber-sotsialne suspilstvo: novitnia ryzoma" ["Cyber-Social Society: a New Rhizome"]. *Visnyk Natsionalnoho aviatsiinoho universytetu. Serii: Filosofiia. Kulturolohiia, Proceedings of the National Aviation University. Series: Philosophy. Culturology* 1(33): 45–51. <https://doi.org/10.18372/2412-2157.33.15641>.

14. Sidorkina, Olena. 2024. "Osobystist v umovakh suchasnykh vykykiv (Komunikatyvnyi aspekt)" ["Personality in the Conditions of Contemporary Challenges (Communication Aspect)"]. *Visnyk Natsionalnoho aviatsiinoho universytetu. Serii: Filosofiia. Kulturolohiia, Proceedings of the National Aviation University. Series: Philosophy. Culturology* 1(39): 65–69. <https://doi.org/10.18372/2412-2157.39.18459>.

15. Drotianko, Liubov. 2024. "Unikalnist liudskoho buttia u suchasnykh sotsialnykh komunikatsiakh" ["The Uniqueness of Human Existence in Modern Social Communications"]. *Visnyk*

Natsionalnoho aviatsiinoho universytetu. Serii: Filosofiia. Kulturolohiia, Proceedings of the National Aviation University. Series: Philosophy. Culturology 1(39): 5–10. <https://doi.org/10.18372/2412-2157.39.18424>.

16. Sukhodub, Tetiana. 2024. "Mif yak kontsept" ["Myth as a Concept"]. *Visnyk Natsionalnoho aviatsiinoho universytetu. Serii: Filosofiia. Kulturolohiia, Proceedings of the National Aviation University. Series: Philosophy. Culturology* 1(39): 79–85. <https://doi.org/10.18372/2412-2157.39.18462>.

17. Ilenin, Maksym. "Zasoby masovoi informatsii (ZMI)" ["Mass media"]. *Velyka Ukrainska Entsyklopedia. n.d.* [https://vue.gov.ua/Zasoby_masovoi_informatsii_\(ZMI\)](https://vue.gov.ua/Zasoby_masovoi_informatsii_(ZMI)).

18. Kovaliv, Yurii, ed. 2007. *Literaturoznavcha entsyklopedia: v 2 t. [Literary Studies Encyclopedia: in 2 vol.]*. Vol. 2. Kyiv: Academic Publishing Center "Akademiia."

19. Luhmann, Niklas. 1984. *Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie*. Frankfurt: Suhrkamp.

20. Wittgenstein, Ludwig. 1995. *Tractatus Logico-Philosophicus; Filosofski doslidzhennia [Tractatus Logico-Philosophicus; Philosophical Studies]*. Kyiv: Osnovy.

21. Bateson, Gregory. 1978. *Ecology of Mind Collected Essays in Anthropology, Psychiatry, Evolution, and Epistemology*. Jason Aronson Inc. Northvale, New Jersey-London.

22. Demianenko, Olha. 2011. "Pereklad yak sposib rozuminnia kulturnoi identychnosti v umovakh mizhkulturnoi komunikatsii" ["Translation as a Way of Understanding Cultural Identity in the Context of Intercultural Communication"]. *Naukovi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Serii: Linhvistyka, Scientific Bulletin of the Kherson State University. Series: Linguistics* 15: 289–292.

S. Ordenov

POLITICAL COMMUNICATION AND THE LANGUAGE OF MEDIA IN THE POST-INDUSTRIAL ERA

Introduction. Political communication processes are inseparable from communicative processes related to language, speech, the formation of semiotic sign structures, information exchange, and so on. **The aim and tasks** of the article are to conduct a socio-philosophical analysis of the transformations of political communication and the language of media in the post-industrial era. **Research methods** cover the linguocultural and dialectical method, a systemic approach combined with philosophical principles: the ascent from the abstract to the concrete; objectivity, as well as general scientific principles and methods: logical-analytical; comparative; functional analysis, and so on. **Research results.** In the post-industrial era, mass media are also included among the subjects (agents) of political communication, who directly or indirectly participate in the political life of society. They are involved in initiating the communicative process, determining its content, form, and means. Through mass media, political power significantly expands its reach and ability to influence the outside world. **Discussion.** With the emergence of 'new media' in post-industrial society, not only the methods of communication, linguistic forms, and means are changing, but also the communicative processes are being transformed, which determines their place in the overall system of semiotic phenomena and human relationships in general. **Conclusions.** As a result, the communicative media system becomes increasingly differentiated, leading to fundamental changes in the cultural-communicative structure of society.

Keywords: political communication, post-industrial era, language of media, mass media, mediation, 'new media'.

DOI: 10.18372/2412-2157.40.19327

УДК 141.319.8:004.77 (045)

T. A. Пода

ВІРТУАЛЬНІ МЕРЕЖЕВІ СПІЛЬНОТИ: ПРОБЛЕМА ВІДЧУЖЕННЯ

Національний авіаційний університет
ORCID ID: 0000-0001-9662-1204

Анотація. Стаття присвячена філософсько-антропологічному аналізу проблеми відчуження у віртуальних мережових спільнотах. В умовах інформаційно-комунікаційної епохи відбуваються значні зміни в соціальному та антропологічному вимірах, що підсилює актуальність вивчення відчуження як феномену, що пронизує віртуальні спільноти. Використовуючи методологічні підходи Франкфуртської школи та теорію мережевого суспільства, автор розглядає, у який спосіб масова комунікація та алгоритмічне управління цифровими платформами впливають на процес відчуження і трансформацію ідентичності. Віртуальні мережові спільноти, через контроль над інформаційними потоками, не лише формують нові форми залежності та стандартизації, але й призводять до розриву між реальною та цифровою ідентичністю, ускладнюючи справжнє самовираження та поглиблюючи феномен відчуження.

Ключові слова: відчуження, віртуальні мережові спільноти, масова комунікація, ідентичність, Франкфуртська школа, мережеве суспільство.