

ТОТАЛИТАРИЗМ И ТОТАЛИТАРНОЕ СОЗНАНИЕ



11

ВЫПУСК

Март 2013

Раздел II. **КОММУНИКАЦИИ, ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА,** **ПРОПАГАНДА И ИНДОКТРИНАЦИЯ**

Алехина А.Ю.

ВИРТУАЛЬНЫЙ ХАРАКТЕР СОВРЕМЕННОЙ ПОЛИТИКИ

Не новость, что отличительный признак современности - стремительно развивающиеся технологии. Прогресс затрагивает все сферы жизни, в том числе и политику. Одной из форм прогресса является развитие виртуальных технологий, пространства и виртуальности в целом. Под виртуальностью мы имеем в виду «объект или состояние, которые реально не существуют, но могут возникнуть при определенных условиях» [1. С. 404]. Это значит, что она не может существовать без мысленного представления, воображения и образов.

Можно сказать, что политическая сфера уже во многом теряет свое наполнение в виде реальной деятельности политических организаций и политиков. На сегодняшний день политика конструируется с помощью PR-агентств, телестудий, Интернета, средств массовой коммуникации в целом. Все это дает повод говорить о таком феномене, который захватил практически все современное жизнеустройство, как виртуальная реальность.

В современном мире эта реальность непременно ассоциируется с компьютерными технологиями, Интернет – пространством, однако это узкое представление. Ведь виртуальность включает в себя не только сетевые технологии и игры, конкретно в политике - это целый мир, который состоит из смыслов, образов и системы знаков.

В этом плане нам близко определение Н.Г. Щербининой: «Виртуальная реальность есть политико-коммуникационное пространство симулякров или имиджей, виртуальных политических тел (лидеров, партий и т.д.)» [3. С. 44]. Таким образом, политическая виртуальная реальность – есть пространство образов. То есть виртуальность в политике проявляется в виде симулякров, как форма презентации политического объекта, а с другой стороны – это форма коммуникации.

Что можно отнести к виртуальной политике? На наш взгляд сюда можно отнести и электронное правительство, и политическую рекламу, и имиджмейкинг, и политические технологии и т.д. Интернет в политике играет огромную роль. Сегодня любой заинтересованный

блоггер может стать активным участником политического процесса и даже оказать влияние на него.

Возможности всемирной паутины не ограничены: с помощью нее можно грамотно сформировать агитацию, сконструировать образ. В то же время это то поле, на котором легко можно столкнуться с дискредитацией и фальсификацией.

Задача виртуальной политики – создание положительных мифов о власти, а также конструирование отрицательного мифа, который будет проецироваться на образ «врага». Эта политика проявляет свое действие через манипуляцию общественным мнением властью с помощью СМИ, сюда же можем отнести пропаганду, PR, политические и рекламные технологии. О виртуальности дают повод говорить не столько сами явления, сколько характер коммуникации между ними. Представим политику как «поле игры» политических игроков. В таком случае одним из правил «игры» становится наличие собственного неповторимого образа. Для того, чтобы утвердиться в публичной политике, образ политика должен зафиксироваться в общественном сознании, иметь определенные идентификационные черты. Без устоявшегося закрепившегося образа политику в данной сфере сложно закрепиться, т.к. это, как мы знаем, область жестокой конкуренции в борьбе за власть.

Одной из особенностей виртуализации политики является симуляция лидерства. Теперь лидером может оказаться, а точнее восприниматься, любой политик, у которого правильно подобран и сформирован имидж, транслируемый через виртуальные каналы. То есть под симуляцией лидерства понимается имитация лидерского образа, которая транслируется с помощью виртуальных каналов коммуникации. Политика – уже не столько конкуренция политических лидеров, сколько – борьба симулякров. Конечно, для политического лидера очень важны личностные качества. Но на сегодняшний день не столько важно обладать истинными качествами, сколько иметь хотя бы некоторые их задатки, а остальное – дело конструирования имиджа.

Интернет как форма коммуникации. Сегодня победить в борьбе за власть, не прибегая к помощи СМИ, не возможно. Как показала практика, оказывать влияние на умы электората через сеть Интернет куда проще. Преимущества данного способа: простота и оперативность опубликования информации, отсутствие пространственно-временных границ, возможность оперативного тематического поиска и быстрой связи. Уже сейчас можно сказать, что виртуальная сеть является ведущим источником информации, в частности политической, которая

оттеснила другие СМИ. Особенно это актуально для молодого поколения.

Традиционные СМИ работают в основном в режиме односторонней информации, т.е. их дело – донести информацию до реципиента, который сам решает, что с ней делать, принять или отклонить: поверить или нет. Хотя в основном, таким образом, происходит контроль и влияние над умами электората. Компьютерные же технологии дают возможность вступить в диалог и выразить свое мнение. Каждый, имеющий доступ к сети, может выступать как получателем, так и отправителем информации.

Особенностью Интернет-коммуникации является также и высокая степень независимости, трудно контролировать работу и содержание «всемирной паутины». Отдельно можно отметить распространение запрещенных провокационных роликов в сети, которые нельзя увидеть по телевизору. Пользователи сети и по совместительству граждане государства, избиратели сами наполняют сеть информацией, которую затем выносят на обсуждение.

Виртуальность и симулякры. Симулякр можно определить как знак, обретающий свое собственное бытие, творящий реальность. Актуализировал понятие симулякра теоретик постмодернизма Ж. Бодрийяр. Он попытался объяснить симулякры как результат процесса симуляции, трактуемой им как «порождение гиперреального» «при помощи моделей реального, не имеющих собственных истоков и реальности». Под действием симуляции происходит «замена реального знаками реального». Симулякр оказывается принципиально несоотносимым с реальностью напрямую, если вообще соотносимым с чем-либо, кроме других симулякров. Симулякры – это «копии копий», «рисунки рисунков» [2].

Так, мы понимаем под симулякрами в политической сфере образ политического деятеля, который существует в виртуальности. Симулякр – это виртуальное тело политического объекта. И этот процесс неизбежен. Политика давно вышла за рамки объективной реальности, а вместе с ними – и ее акторы. Средства формирования симулякров – политические и информационные технологии, СМИ, реклама, Интернет. Мы не можем судить о САМОМ лидере партии, о самом президенте. Но мы можем судить о его СИМУЛЯКРЕ, который формируется виртуальными каналами. К тому же процесс формирования симулякра подвластен самому реальному объекту. То есть политик может сам позиционировать себя, так или иначе, на свое усмотрение. Это объясняет тенденцию, что кто-то выбирает определенную модель поведения согласно своему имиджу и следует

этой линии, оправдывая ожидания электората. Возьмем Владимира Жириновского. У него есть определенный имидж: он узнаваем, его легко пародировать, периодическими выходками или резкими суждениями он не забывает напоминать о себе. Его цитирует пресса, у него есть свои символы. Тем самым, политик не теряет своей востребованности и интереса аудитории.

Подводя итог, надо сказать, что виртуальный характер современной политики – есть данность, которая неизбежна и стоит опустить оценочные суждения о том, хорошо это или плохо. Вопрос в том, чтобы понимать это и стараться дифференцировать реальную политическую деятельность и виртуальную. Существует тенденция, со стороны власти прикрываясь второй, игнорировать первую, т.е. по всем каналам транслировать обещания, выстраивать свой положительный имидж. Но на деле оказывается либо все наоборот, либо никак. Обществу же, виртуальные технологии должны идти на встречу, стоит лишь грамотно использовать коммуникативные каналы и иметь заинтересованность в вопросах политики.

Литература

1. Новая философская энциклопедия: В 4 т.Т.1 / Ин-т философии РАН, Нац. Общ.-научн. Фонд; Научно-ред. Совет: председатель В.С. Степин. – М.: Мысль, 2000. 721с.
2. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://exsistencia.livejournal.com/>
3. Щербинина Н.Г. Конструирование виртуальной реальности и героический брендинг политического товара // Политический маркетинг. 2009. № 2. С.34-57.

Беляев В.А.

ФОРМИРОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В КОНТЕКСТЕ ТОТАЛИТАРНОГО ПРОШЛОГО (СИМВОЛИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)

В современной России вопрос формирования региональной идентичности является остро обсуждаемым. Практически все региональные элиты обеспокоены позиционированием своего региона, как на федеральном, так и на международном уровне. Региональная идентичность все больше приобретает символический характер. В зависимости от того, как конструируется образ региона, определяется