

ИНТЕРНЕТ – НОВЫЙ ПОСТМОДЕРНИСТСКИЙ ВИД МЕДИА

Статья посвящена анализу значения Интернет, как средства массовой коммуникации. Рассмотрено влияние Интернета на политическую практику, выявлены его отличия от традиционных средств массовой информации. Оценено влияние Интернета на понятие цифровой демократии.

The article is devoted to the analysis of importance of Internet, as facility of mass communication. Influence of the Internet on political practice is considered, its differences from traditional mass media are exposed. Influence of the Internet on the concept of digital democracy is appraised.

Актуальность статьи обусловлена тем, что техническое использование электричества в области коммуникации создало в XX веке множество новых форм коммуникации. Последнюю в этом процессе стадию определяют как дигитализацию путей передачи информации. Важную роль при этом играет Интернет. С одной стороны, можно говорить о возникновении нового информационного средства, с другой – о начале интеграционного процесса прежде разрозненных областей и систем массовой информации. Знаменательно увеличение количества компьютеров, телекоммуникаций и классических систем массовой информации. При этом сетевая коммуникация представляется инновационным звеном.

Исследование Интернета нашло отражение в работах А. Чугунова, А. Чеснакова, С. Паринова, А. Воскунского, Г. Смолян, О. Смысловой и др.

Цель статьи: показать значение Интернета как средства массовой коммуникации. Задачи статьи: рассмотреть влияние Интернета на политическую практику, выявить отличия Интернета от традиционных средств массовой информации, определить его коммуникативные функции.

Традиционные средства массовой информации находятся на пороге фундаментальных изменений – такой вывод делают аналитики исследовательской группы Deutsche Bank Research в своем докладе, опубликованном 18 октября 2006 г. и озаглавленном “Медиаиндустрия стоит перед величайшим потрясением со времен Гуттенберга” [1].

По мнению авторов исследования, развитие информационных технологий привело к началу новой эры масс-медиа. «Со времен изобретения печатного станка принципы работы СМИ оставались неизменными: информация шла от профессиональных медиапроизводителей к пассивным медиапотребителям. Однако нынешние технологии привели к фундаментальным изменениям», – говорится в докладе. Возможность легкого и быстрого доступа в Интернет, появление социальных сетей, также называемых Web 2.0, в которых пользователи сами создают контент, превращает медиапотребителей в медиапроизводителей.

С расширением массового доступа к Интернету последний начинает играть все более заметную роль не только в повседневной жизни людей, но и в современном политическом процессе. Интернет способствует увеличению открытости и транспарентности политических институтов и политики в целом. «Политические Интернет-технологии, – пишет И. Шевченко, – это новый способ достижения целей в системе политической коммуникации, важной особенностью которых является специализированная направленность на решение практических политических проблем» [2, с. 9].

Например, российский исследователь Д. Иванов считает так: «в сети и функционеры политических партий/движений, и работники государственных учреждений, и граждане осуществляют коммуникацию посредством технологии, которая в принципе позволяет вести коммуникацию не в формате партийной организации или бюрократической процедуры... Тем самым в условиях отсутствия реального институционализированного взаимодействия поддерживается образ «действующей организации» или «работающего государства». Интенсивная политизация киберпространства наглядно демонстрирует, что новая политика строится на компенсации дефицита реальных ресурсов и поступков изобилием образов» [3, с. 54].

Появление Интернета – нового интерактивного канала массовой коммуникации – оказало серьезное влияние на политическую практику. Первые опыты по применению Интернет-технологий в политике как средства предвыборной агитации и пропаганды относятся к началу 1990-х годов. В 1993 г. начался процесс проникновения в киберпространство государственных структур. Именно в этом году в США появился первый официальный государственный Интернет-сайт, принадлежащий Белому дому.

В Соединенных Штатах федеральные органы власти стали обзаводиться электронной почтой с начала 1995 г., а к 1998 г. работа с ней стала общепринятой практикой.

Не будет преувеличением утверждение о том, что Интернет вынуждает переосмыслить классические определения и категории коммуникативистики. Поэтому рассуждения о том, что Интернет является средством массовой коммуникации приводят к выводу о том, что слова «массовый» и «средство» не имеют абсолютно точного определения. Определение зависит от ситуации. Сразу появляется ряд вопросов: что такое массовая аудитория, что такое средства коммуникации, каким образом можно передавать сообщения?

Интернет является многосторонним СМИ, который создает множество различных форм коммуникации. М. Моррис выделяет 4 категории этих форм:

1) асинхронная коммуникация «один на один» (электронные письма);

2) асинхронная коммуникация «многих с многими» (например, сеть Юзернет: сводки, листы рассылок, где требуется согласие на рассылки или пароль, для входа в программу, в которой сообщения касаются определенных тем);

3) синхронная коммуникация «один на один», «один и несколько», «один с несколькими» строятся вокруг какой-либо конкретной темы, например, ролевые игры, чаты;

4) асинхронная коммуникация, где обычно пользователь пытается разыскать сайт для получения определенной информации и здесь можно встретить коммуникацию «многие и один», «один на один», «один и многие» (веб-сайты, гороскопы) [4].

Если сравнить Интернет с традиционными средствами массовой информации то можно обнаружить следующие его преимущества:

– мультимедиа – Интернет имеет возможность объединить визуальные, звуковые, печатные и видео-аспекты других СМИ, цена пересылки письма по электронной почте гораздо ниже пересылки с помощью обычной почты;

– персонализация – Интернет обеспечивает необходимой информацией на любом уровне заинтересованности индивидуумов или групп людей; в данном случае доставка может быть обеспечена согласно предпочтению пользователей через персонализацию содержания, рассылку по электронной почте и кабельному телевидению;

– интерактивность – Интернет предлагает диалог, а не монолог, который подразумевают традиционные СМИ. Взаимодействие, диалог и обратная связь между сотнями пользователей возможны через электронную почту, информационные табло, форумы, чаты и телеконференции;

– отсутствие посредников – Интернет дает возможность прямого доступа правительства к населению и наоборот, населения к власти, без вмешательства и манипуляции со стороны СМИ.

Уже сегодня политические деятели активно осваивают Интернет, быстро перенимая западные технологии и стремясь использовать их возможности для мобилизации электората. В Сети появляется все большее количество персональных сайтов политиков, на которых они объясняют свою позицию по тому или иному вопросу, что позволяет избирателям делать осознанный выбор в его пользу. Все более популярным способом общения политиков с народом становятся Интернет-конференции, имеющих гораздо больший эффект массовости по сравнению с радио и телевидением, которые ограничены временем и регионом вещания. Интерактивные и оперативные возможности Интернета позволяют сделать вывод о том, что для многих политических лидеров Интернет-сайт может стать одним из важнейших средств коммуникации, который будет способствовать более эффективной работе с избирателями, представителями СМИ, союзниками и даже конкурентами. Такое взаимодействие политиков с общественностью становится особенно актуальным во время избирательной кампании. Это особенно важно, учитывая, что не всегда у того или иного политического лидера по тем или иным причинам есть возможность выступить в электронных СМИ, которые находятся в сильной зависимости от контролирующей их власти и от политических интересов владельцев. Интернет же является более демократичной средой для выражения различных позиций. Открытое информационное пространство не может быть монополизировано ни одним субъектом коммуникации.

В то же время в научной литературе аргументируется точка зрения о том, что расширяющегося использования персональных компьютеров дома и компьютеризованных информационных систем в офисах недостаточно, чтобы говорить о появлении инновационных масс-медиа. Как считает Г. Бакулев, «Суть массовой коммуникации... состоит в том, что профессиональные коммуникаторы используют медиа ради выгоды, распространяя содер-

жание среди большой и неоднородной аудитории на более или менее постоянной основе. Компьютерная сеть, по которой люди посылают друг другу сообщения, – это процесс совершенно иного рода. Трудно представить, как такую систему может использовать большинство граждан, как она может обеспечиваться в финансовом плане и даже какие услуги она может оказывать большой и неоднородной аудитории [5, с. 151].

Исследователи считают, что, получив возможность выбирать и быть активным участником в создании контента, люди перестают пользоваться традиционными СМИ. Больше всего страдают при этом газеты.

И действительно, как справедливо отмечают исследователи, широкоэмитательные медиа (радио и телевидение) способны достигать большой аудитории, однако возможности вещания сильно ограничены экономическими, политическими и технологическими обстоятельствами. Так, телевидение и радио не могут считаться глобальными средствами массовой информации, поскольку не дают возможности прямого двустороннего общения, характерного для человеческого общества древнейших времен.

Все выше перечисленное, считают аналитики Deutsche Bank Research, требует от медиакомпаний начать реагировать на изменение ситуации. При этом, отмечается в докладе, некоторые издания уже прислушались к этому совету. Так, британские газеты The Guardian, The Times и Financial Times объединили свои онлайн- и газетные редакции, а The Los Angeles Times отказалась от издания общеамериканского печатного выпуска газеты, усилив свою интернет-версию. Многие радио- и телекомпании уже предоставляют в Интернете возможность просмотра любой программы из сетки вещания без привязки к конкретному времени.

Как писал американский ученый Г. Лассуэлл, любые социальные коммуникации выполняют три основные функции: наблюдение или надзор за окружающей обстановкой; обеспечение взаимосвязи частей общества в соответствии с изменениями среды; передача социального наследия или опыта от одного поколения к другому [6].

Все эти универсальные функции коммуникаций присущи и Интернету. Российский исследователь П. Федорищенко выделяет такие функции Интернета: «коммуникационно-пространственная функция: Интернет представляет собой глобальный коммуникационный канал, обеспечивающий во всемирном масштабе пере-

дачу мультимедийных сообщений; коммуникационно-временная функция: Интернет как общедоступное хранилище информации, всемирная библиотека, архив, информационное агентство; функция социализации и самореализации личности и группы: Интернет как всепланетный клуб деловых и досуговых партнеров». Таким образом, исходя из этих функций, П. Федорищенко определяет Интернет как глобальную социально-коммуникационную сеть, предназначенную для удовлетворения информационно-коммуникационных потребностей индивидов и групп посредством использования телекоммуникационных технологий [7].

М. Грачев справедливо полагает, что использование Интернет-коммуникации в деятельности политических партий позволяет добиться не только значительного снижения издержек на передачу информации от руководящих органов к местным отделениям и обратно, но и к существенному повышению роли первичных организаций и рядовых членов во внутрипартийной жизни, расширению возможностей их участия в формировании политики, в частности, через публичное обсуждение проектов принимаемых решений в режиме реального времени. «Интернет-форумы, имеющие в силу своей интерактивности и оперативности очевидное преимущество перед традиционными печатными изданиями, следует рассматривать в качестве перспективного средства обеспечения эффективной обратной связи и прямого диалога партий со своими сторонниками, особенно в периоды подготовки и проведения избирательных кампаний. Не исключено, что в недалеком будущем Интернет позволит партиям отказаться и от традиционной формы проведения конференций и съездов, когда вместо привычной пространственно-временной локализации делегатов для обсуждения и принятия соответствующих решений будет использоваться интерактивная коммуникация представителей региональных партийных отделений, «отдаленных» друг от друга в пространственном отношении. По крайней мере, существующие технологии уже сейчас делают проект подобного «виртуального съезда» вполне реалистичным» [8, с. 254].

На начальной стадии развития Интернета, его часто относили к опосредованным каналам межличностных коммуникаций, не в последнюю очередь потому, что в возникновении Сети важную роль сыграла инфраструктура телефонной связи. Затем, по мере развития сети, многие видели в ней, прежде всего новое средство массовой информации. С появлением и развитием сетевых сообществ

Интернет склонны рассматривать и как сеть специализированных каналов коммуникации, куда постепенно перемещается процесс производства культурных кодов.

«Наше сообщество характеризуется особенно интенсивным использованием информационной и коммуникативной техники вообще и «Интернета» в особенности. Если когда-то были сомнения в нужности Интернета – слишком мало обозримости, полезных данных и много анархии, – то теперь развилась его собственная динамика, приведшая к тому, что правительства, промышленные предприятия, объединения, университеты, научные учреждения и даже классические СМИ уже не могут себе позволить быть не представленными в Интернете. Тем самым он достиг нового качества системы коммуникации, направленность развития которого трудно переоценить» [9, с. 108].

В странах, где активно используются компьютерные сети, они превратились в средства массовой информации. Но пока еще ни в одном законе и ни в одной стране мира эти электронные сети не отнесены к СМИ, что, однако, лишь констатирует отставание правовых основ информатизации от технических, а не игнорирование их в структуре масс-медиа.

До сих пор среди ученых активно обсуждается вопрос соотношения Интернета и средств массовой коммуникации. Однако пока еще однозначного ответа на этот вопрос нет. Тот факт, что Интернет является одним из самых распространенных современных средств коммуникации, бесспорен. Однако возникает ряд проблем, решение которых позволило бы понять, относить или не относить Интернет к массовым коммуникациям, являющимся видом социальной деятельности, имеющей субъект, объект, определенную систему ценностей, лежащую в основе целеполагающей деятельности субъекта, а также определенные продукты деятельности, служащие целереализации субъекта. Подобный анализ Интернета является довольно затруднительным. Тем не менее, в литературе, анализирующей деятельность массовых коммуникаций, высказываются точки зрения, относящие Интернет к средствам массовых коммуникаций на основании больших объемов циркулирующей информации, а также относительно большой включенности массовой аудитории, получатель, канал, время) [10, с. 20].

Если совсем недавно содержание информации, направлявшейся к широкой общественности, в основном, определялось теми, кто имел возможность управления СМИ, то теперь, с появлением

Интернета, практически каждый человек, имеющий соответствующие технические средства, получил возможность создания собственных средств распространения информации. Таким образом, процесс распространения массовой информации становится двунаправленным, интерактивным. Отсюда можно сделать вывод, что инновационные медиа изменяют модель коммуникаций в обществе и радикально изменяют способ, с помощью которого люди общаются друг с другом. Вин Кросби в работе «Что такое новое медиа?» выделяет три типа коммуникаций в медиа. По его мнению, межперсональные медиа – это тип «один одному», масс-медиа – это «один многим», и, наконец, новые медиа – это тип «многие многим» [11].

Как считают многие авторы, логика сетевых коммуникаций стала доминировать, разрушать коммуникационные модели, не соответствующие ей. Роль традиционных социальных сообществ в массовых коммуникациях стала снижаться, сохранили свое влияние только те из них, кто принял логику Сети. М. Кастельс считает, что с точки зрения современного общества электронные коммуникации и есть собственно коммуникации. Благодаря «цифровой, сетевой коммуникации все виды сообщений в обществе нового типа работают в бинарном режиме: присутствие или отсутствие в коммуникационной мультимедиа-системе. Все прочие сообщения сведены к индивидуальному воображению или ко все более маргинализирующимся субкультурам, где господствуют личные контакты. Однако из этого не следует, что идет процесс гомогенизации проявлений культуры и полное господство над кодами со стороны нескольких отправителей, занимающих центральное положение. Именно из-за диверсифицированности, мультимодальности и неустойчивости новой коммуникационной системы она способна охватывать и интегрировать все формы выражения интересов и ценностей, включая и выражение социальных конфликтов» [12].

Интернет-коммуникации имеют различные формы, от веб-сайтов, создаваемых крупнейшими информационными организациями, до переписки по электронной почте между коллегами и друзьями. Формы Интернет-коммуникации можно представить в виде континуума: каждая точка в традиционной модели процесса коммуникации может многократно варьироваться. В качестве источника информации может выступать один человек, например, в электронной почте, группы участников в чатах и журналисты-профессионалы в сетевых изданиях. Сообщениями могут быть

традиционные информационные сюжеты, подготовленные репортерами и редакторами, материалы, написанные группой авторов в течение долгого времени, или просто разговоры, как, например, в чатах. Число получателей или аудитория этих сообщений может ограничиваться одним человеком или составлять миллионы людей, которые могут быстро сменить роль и стать производителями сообщений. Реконцептуализация аудитории для коммуникации через Интернет, по мнению Г. Бакулева, является важной проблемой, значение которой возрастает по мере того, как увеличивается число коммерческих поставщиков информации. Одновременно изучается вопрос воздействия коммуникации через Интернет на аудиторию [13, с. 152].

Некоторые исследователи и политики заняли позицию, противоположную той, которая исходит из того, что Интернет был создан личностями для личностей. Эта позиция совпадает со взглядами радикальных либертарианцев, которые берут свое начало с истории развития персональных компьютеров, с борьбы за прекращение монополии Военно-промышленного комплекса (ВПК) на использование компьютеров и с создания первой общественной компьютерной установки «Ресурс 1» с целью создания «демократии прямого действия при помощи информации» [14]. Интернет рассматривается как открытое пространство, доступное всем, которое может быть эффективно использовано людьми, желающими противостоять существующей иерархической системе. Виртуальные сообщества в этой среде становятся реальной третьей силой, способной на равных противостоять правящей системе и материальным ресурсам корпораций.

Даже будучи принципиально новым видом техники, Интернет не может служить панацеей для демократического общества, а раскрытие его потенциала является делом тех, кто с помощью Всемирной паутины стремится решать конкретные политические задачи.

Исследователи теории дискурса развенчивают миф об Интернете как о пространстве альтернативного дискурса. В подтверждение своей точки зрения они указывают на то, что в пространстве Сети быстро возникают иерархии, появляются сайты с ограниченным доступом и формируются ритуалы, которым необходимо следовать под страхом исключения. Вместо того чтобы превратиться в современную виртуальную агору, Интернет последовательно расслаивается. «Пишущие о социальных аспектах веб-блогов

имеют обыкновение указывать (как правило, с осуждением) на возникновение «верхушки»: большую часть трафика генерирует узкий круг авторов... Образуется новая среда, поначалу восхитительно непохожая на существующий с их элитами и групповщиной. Потом система вырастает, и возникают иерархии. Не каждый может участвовать во всех разговорах. Не всех слышат. Создается ощущение, что какой-то костяк сплочен тесней, чем все остальные. И так далее... Многообразие плюс свобода выбора в результате дают неравенство, и чем система разнообразнее, тем меньше в ней равенства» [15, с. 51]. Интернет является тем фактором, которым уже невозможно пренебрегать в дискуссиях о демократии. Связанные с Интернетом новые возможности коммуникации как внутри гражданского общества, так и между гражданами и государством в средне- и долгосрочной перспективе усиливают социальную интерактивность. Тем самым повышается чувствительность общества к сигналам, исходящим от отдельных социальных акторов, появляются дополнительные возможности учета мнения, как большинства, так и меньшинства.

Политический процесс становится все более открытым для сетевой общественности, а сама сеть начинает рассматриваться как все более важное средство непосредственной политической коммуникации. Широкое экспериментирование с многочисленными форматами онлайн-дискуссий и расширение объема политической информации в Интернете способствуют становлению цифровой демократии. Под цифровой демократией понимается нарастающее взаимопроникновение логики, культуры и цикличности политической сферы, специфических особенностей сетевой коммуникации и новых возможностей политического участия, открывающихся в связи с распространением ИКТ. Интернет способен внести значительный вклад в развитие представительной демократии, хотя оценки практического опыта цифровой демократии в Германии и других странах ЕС все еще требуют осторожности.

Литература:

1. Новая эра масс-медиа. – Сайт Мультимедийные презентации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.presentation.ru/news/news_18_10_06_4.html.
2. Шевченко И. А. Политические Интернет-технологии в трансформирующемся обществе: автореф. дис. на соискание ученой степени канд. полит. наук: спец. 23.00.02 / Ставропольский государственный университет. – Ставрополь, 2005. – 25 с.

3. Иванов Д. В. Виртуализация общества. Версия 2.0. / Д. В. Иванов. – СПб.: Петербургское Востоковедение, 2002. – 96 с.
4. Moris M., Ogan C. The Internet as Mass Medium / M. Moris., C Ogan. // Journal of Communication. – 1996. – Vol. 46. – № 1.
5. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции / Г. П. Бакулев. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 176 с.
6. Лассуэлл Г. -Д. Структура и функции коммуникации в обществе / Г. -Д. Лассуэл // В кн.: Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. – Пер. М. М. Назарова. – М.: Едиториал УРСС, 2000. – 240 с.
7. Федорищенко П. А. Информационно-коммуникационные технологии управления (социологический анализ Интернета): автореф. дис. на соискание учен. степени канд. соц. наук: спец. 22.00.08 / Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону, 2008. – 22 с.
8. Грачев М. Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития / М. Н. Грачев. – М.: Прометей, 2004. – 328 с.
9. Шарков Ф. И., Баранова В. И. Аудитория и мониторинг СМИ / Ф. И. Шарков, В. И. Баранова // Социологические исследования. – 2005. – № 10. – С. 106-111.
10. Раскладкина М. К. Интернет как средство организации информационно-политического пространства России: автореф. дис. на соискание учен. степени канд. полит. наук: спец. 10.01.10 // Санкт-Петербургский государственный университет. – Санкт-Петербург, 2006. – 30 с.
11. Что такое новые медиа? Сайт Интеллектуальные технологии в Сети [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://moreintelligentweb.net/post/200>.
12. Кастельс М. Информационная эпоха. – М.: ГУ ВШЭ, 2008. – 608 с.
13. Бакулев Г. – Указ. работа.
14. Roszak T. The Cult of Information: The Folklore of Computers and the True Art of Thinking. – Cambridge: Lutterworth Press, 1986.
15. Трахтенберг А. Д. Дискурсивный анализ массовой коммуникации и парадоксы левого создания // Полис. – 2006. – № 4. – С. 44-52.