

Білан Н.І.*

ІНТЕРНЕТ ЯК ПРОСТІР РІЗНИХ ВИДІВ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

В этой статье речь идет о сети Интернет как пространстве, где существуют различные виды социальной коммуникации. Развитие информационно-коммуникационных технологий стало предпосылкой к созданию новых коммуникационных моделей, в частности с помощью Интернет и мобильной связи.

Ключевые слова: Интернет, социальные коммуникации, он-лайн общение, коммуникативное взаимодействие, социальная трансформация.

У цій статті йде мова про Інтернет як простір для існування різних видів соціальної комунікації. Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій став передумовою для створення нових комунікаційних моделей, зокрема з допомогою Інтернет та мобільного зв'язку.

Ключові слова: Інтернет, соціальні комунікації, он-лайн спілкування, комунікативна взаємодія, соціальна трансформація.

The article deals with an Internet as an area of various types of social communications. The development of information-communication technologies itself became a precondition for new communication models creation, in particular with the help of Internet and mobile communication.

Key words: Internet, social communications, on-line communication, communicative interaction, social transformation.

Постановка проблеми. Інтернет – глобальна комп'ютерна інформаційна мережа, що стала одним з найбільш важливих і значних факторів розвитку соціального, економічного, культурного, політичного життя суспільства. Широке розповсюдження культури Інтернету, проникнення її в усі сфери життя вимагає детального вивчення цього феномена, а також розуміння його ролі у різних галузях комунікативної взаємодії. З появою Інтернету як нового інформаційного середовища, глобальна мережа спочатку була технологією, а потім способом та формою комунікації. На початку 90-х років ХХ ст. Інтернет переходить у масову соціальну сферу, що дає передумови для зміни суспільного устрою, чим і викликана актуальність дослідження нових комунікативних засобів.

Аналіз досліджень та публікацій. Значний внесок у дослідження глобальної системи та віртуальної комунікації, вивчення ролі інформаційно-комунікаційних технологій в умовах становлення інформаційного суспільства зробили А. Арсеєнко, Г. Батигін, Н. Бойко, В. Брижко, Б. Веллман, В. Гавловський, В. Гвоздев, А. Гирич, О. Голобуцький, Б. Докторов, Д. Иванов, М. Згуровський, В. Кашпур, Г. Рейнгольд, Н. Толстих, Т.Філіпова,

* кандидат філологічних наук, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка

А. Шадрін, О. Шевчук, М. Лукіна, І. Артамонова, С. Матвєєва, Н. Коритнікова, С. Коноплицький, Ю. Краснокутська та ін.

Зокрема, перші дослідження своєрідності Інтернет-комунікаційних процесів носять переважно соціологічний характер: у них вказується на значні соціальні трансформації, що відбулися в суспільстві й спілкуванні людей з появою Інтернету. Це праці В. Нестєрова, О. Мінакова, Н. Петрової, О. Белінської, О. Войскунського та ін.

Мета статті – визначити роль Інтернету як засобу соціальної комунікації в інформаційному суспільстві. **Завдання статті:** систематизувати вітчизняний і зарубіжний досвід дослідження Інтернету як засобу соціальної комунікації, проаналізувати види Інтернет-комунікацій та виділити їх особливості.

Виклад основного матеріалу. Інтернет є найбільш динамічно прогресуючим засобом комунікації, оскільки новітні засоби зв'язку дозволили об'єднати розрізнені комунікаційні системи у глобальну мережу, завдяки якій здійснюється транскордонний обмін інформацією у межах усєї планети. Саме Інтернет є однією з ознак переходу від індустріальної стадії розвитку цивілізації до інформаційної.

Так, російський дослідник І. Засурський розглядає Інтернет як набір комунікаційних каналів, комунікаційне середовище [1]. А. Соколов зауважує, що Інтернет – це глобальна соціально-комунікаційна мережа, призначена для задоволення особистісних та групових комунікаційних потреб за рахунок використання телекомунікаційних технологій [2].

Інтернет як засіб соціальної комунікації, дозволяє виділити такі характеристики: активність / пасивність соціального суб'єкта інформаційного світу; «розірваність» / гармонійність соціального буття людини інформаційного суспільства; протиріччя / узгодженість змісту соціального впливу в інформаційному світі [3].

Вітчизняна дослідниця Ю. Краснокутська зауважує, що оскільки Інтернет – це не тільки джерело інформації, яке має однолінійний напрям впливу, але й дає можливість доступного та оперативного зворотного зв'язку, варто звернути увагу на парадигму «двоступеневої моделі комунікації» Е. Катца та П. Лазарсфельда. Згідно з цією парадигмою комунікативний процес був структурований на дві стадії: спочатку повідомлення засобів масової інформації сприймаються активною частиною аудиторії – «лідерами думок», а потім від них між особистими каналами транслуються пасивній частині. «Двоступенева модель» ґрунтувалася на гіпотезі про те, що по відношенню до масової комунікації індивіди дотримуються різних соціальних ролей. Деякі з них можуть бути активні у сприйнятті і поширенні знань і цінностей, що продукують мас-медіа. Інші ж досить пасивні з позиції користування продукцією засобів масової інформації, а тому частіше звертаються до неформальних джерел отримання інформації у вигляді повідомлень «лідерів думок» [Цит. за: 4]. Таким чином, Ю. Краснокутська робить висновок, що при дослідженні процесів двоступеневої комунікації у межах Інтернет-простору, можна фіксувати різницю у виконанні соціальних ролей, виділяючи лідерів думок – активних користувачів, та пасивних споживачів інформації [4].

Так, дослідниця С. Матвєєва зазначає, що Інтернет, як суспільне явище, що існує в особливих формах соціальної взаємодії та має такі характеристики, як системність, кумулятивність, знаковий характер, комунікативність, визнається культурою, своєрідністю. Вона зауважує, що сьогодні Інтернет – це простір особистого спілкування, місце побудови співтовариства. У мережі люди шукають і знаходять відкрите товариство, що дозволяє їм дістати доступ до відсутніх форм самовираження, спілкування й розвитку. Спілкування в Інтернеті, доводить автор, впливає на процес взаємодії культур учасників, тобто на процес взаємних змін, впливів, обмін духовними, художніми, науковими досягненнями [5, с.23].

Науковець М. Асмус зауважує, що Інтернет-комунікація – це спілкування в мережі Інтернет, при якому створюється особлива модель реальності, що характеризується ефектом присутності людини в ній і яка дозволяє діяти з уявленими й реальними об'єктами [Цит. за: 5, с.23].

Дослідник В. Нестеров подає таку класифікацію щодо кількості активних учасників, залучених до процесу комунікації: діалогову комунікацію, off-line й on-line (електронна пошта, ICQ); полілогову комунікацію, off-line та on-line (конференції, чати); односпрямовану комунікацію (оголошення, реклама, відгуки тощо) [Цит. за: 5, с.45].

Так, Е. Роджерс виділяє такі ознаки Інтернет-комунікацій: всі нові комунікаційні системи містять певний рівень інтерактивності; нові медіа можуть бути індивідуальними настільки, щоб донести спеціальне повідомлення до кожної особи всередині великої аудиторії; нові комунікаційні технології асинхронні (можливість відправляти чи одержувати повідомлення у зручний час для кожної людини) [6].

На думку Н. Коритнікової Інтернет-комунікації можуть набувати різних форм, починаючи від всесвітньо відомих інформаційних веб-сайтів, що організовані професійними інформантами, і завершуючи особистою перепискою двох людей. Дослідниця виділяє такі форми соціальних комунікацій: web-сторінка, e-mail-сторінка, e-mail (електронна пошта), Інтернет-форум, звернення в on-line режимі [7].

Web-сторінка – сукупність адресованих сторінок, які містять документи, текст, графічну інформацію, багатокольорові зображення та посилання на інші документи. Система посилань утворює гіпертекст, що полегшує інформаційний пошук. Вони можуть належати як приватній особі, так і організації. Порівняно з традиційними ЗМІ, особливостями web-сторінки є те, зазначає автор, що ініціатором створення такої комунікації може бути більша кількість людей завдяки дешевшому тиражуванню та розповсюдженню інформації, з'являються можливості візуалізації тексту та супровід його гіперпосиланнями [9].

E-mail-сторінка – масове розсилання матеріалів інформаційного характеру за списком користувачів, куди вони добровільно підписуються на теми, які їх цікавлять. Ця форма повинна відповідати таким умовам: масова розсилка за допомогою електронної пошти повинна бути добровільною, у випадку незадоволення та скарг з боку одержувачів передбачає відписку; використання списків розсилки припускає первинний спеціальний дозвіл на включення одержувачів до цих списків; відправка повідомлень, статей, вкладених файлів, новин повинна відповідати початковій тематиці. Якщо цих умов не буде дотримано, то тоді розсилка буде вважатися спамом.

E-mail-розсилка дозволяє передавати інформаційні повідомлення за допомогою електронно-комп'ютерного зв'язку відомій цільовій групі, тому інформація готується і розповсюджується за персональними інтересами та запитамі передплатників. На відміну від звичайних форм комунікації, крім індивідуалізації змісту, існують такі переваги електронної розсилки: швидкість, оперативний зворотній зв'язок, можливість супроводження візуальними додатками у вигляді файлів чи інтернет-посилань.

E-mail (електронна пошта) – найбільш розповсюджена форма спілкування між користувачами у віртуальному просторі.

Інтернет-форум (Інтернет-конференції, мережеві дискусії, гостьові книги) – полілогова форма Інтернет-комунікацій, спрямована на одержання зворотного зв'язку від відвідувачів певного сайту.

Спілкування в on-line режимі – це система спілкування в режимі реального часу, у якій люди спілкуються на спеціальних каналах групами або приватно. 1) IM (Instant Mes-

senger) дозволяє одній людині проводити паралельно декілька бесід з різними співбесідниками, прихованими один від одного; 2) Чат (Chat), одночасно дозволяє проводити декілька бесід, що доступні іншим людям, які мають можливість до них приєднатися. Ця форма спілкування найбільш наблизилася до міжособистісної комунікації, яка без комп'ютерів не могла бути опосередкованою. Форма on-line-спілкування має такі якості, як креативність, невидимість та безпека [7].

Таким чином, Н. Коритнікова робить висновки, що у представлених формах Інтернет-комунікацій були виділені технічні характеристики, що призводять до соціальних наслідків (глобальність, мультимедіа, гіпертекстуальність, інтерактивність), та характеристики, що належать до соціальних категорій: спеціалізація (індивідуалізація змісту), анонімність (відсутність посередників), мозаїчність (неієрархічні горизонтальні зв'язки), самопредставлення (самопрезентація) [7].

Варто розглянути класифікацію Інтернет-комунікацій, яку подає Л. Капанадзе: власне веб-сайт (який може містити в собі всі нижченазвані об'єкти); домашня сторінка (має менший масштаб, ніж сайт); електронна бібліотека; електронний журнал; електронний лист; чат (розмови «у прямому ефірі»); гостьова книга; дошка оголошень; колекція програм; каталог (наприклад, віртуального магазину); комерційні оголошення; рекламні банери [Цит. за: 5, с.52].

С. Матвеева зазначає, що найбільш важливі характеристики Інтернету як комунікативного середовища можна звести до таких: очевидна обумовленість соціальними факторами; особлива відкритість; інтерактивність; процесуальність; розширення (порівняно до традиційного уявлення про комунікацію) діапазону каналів зв'язку й особлива їхня комплексна взаємодія [5, с.25].

Таким чином, Інтернет-комунікації – це певний синтез принципів оформлення інформації та реалізації комунікативних цілей традиційних форм, моделей і різновидів комунікації, що виникли в результаті залучення до комунікативного простору нових – екстралінгвістичних (соціальних, культурних тощо) факторів і реалій – комп'ютерів і комп'ютерних мереж.

С. Матвеева зосереджує увагу на сайті, як на одному з найбільш розповсюджених жанрів Інтернет-комунікацій, він є комбінацією мовленнєвих творів, елементів графіки, відео, звуку, динамічного образу тощо, що реалізована в системі веб-сторінок і спрямована на досягнення комунікативно-прагматичних намірів автора сайту.

На думку дослідниці, однією з найбільш характерних особливостей сучасного персонального сайту вченого є комунікативна спрямованість, що забезпечує певну трансформацію інформаційного простору до комунікативно-інформаційної системи. Авторка доводить, що текст сучасного персонального сайту вченого чітко орієнтований на реалізацію комунікативної функції [5, с.164].

С. Матвеева говорить про жанр сайту, який представлений в Інтернет-культурі, як про комунікативну мовленнєву структуру, що репрезентує цю особливість низкою специфічних ознак: наявність комунікативно-значущих композиційних елементів (форум, конференція, гостьова книга, чат, сторінка електронного листування); звертання до різних інструментів, що забезпечують зворотний зв'язок (діалог) автора з адресатом, наявність комунікативних відносин між різними сайтами. Високий рівень публічності поданої на сайті інформації дозволяє говорити про цей жанр Інтернет-комунікацій як про потужний інструмент поширення культури та приєднання до неї [5, с.164].

Найбільш універсальними ознаками сайту, доводить авторка, що дозволяють віднести його до того або іншого внутрішньожанрового різновиду, є: тематична спрямованість (ін-

формація наукового, особистого, рекламного та ін. характеру) і комунікативно-цільові настанови, що реалізуються (реклама, інформування, пропаганда, розвага тощо) [5, с.68].

Отже, особливості соціальної ролі Інтернету як засобу соціальної комунікації визначаються присутніми йому властивостями – горизонтальністю зв'язків та інтерактивністю, які сприяють проникненню у масові комунікації діалогічної моделі взаємовідносин. Великий вибір інформації та комунікації, який представляє Інтернет конкретному користувачеві, сприяє процесу індивідуалізації соціального середовища.

Висновки. Таким чином, новизна Інтернету як комунікаційного середовища полягає у тому, що він дає можливість кожному індивідуальному джерелу інформації – окремій особі, організації, корпорації – сформулювати повідомлення та запропонувати його необмеженій кількості потенційних одержувачів. Об'єднання користувачів у мережі Інтернет призвело до створення якісно нового соціального простору, де різними способами можлива комунікація та інтеракція партнерів, які розділені простором, належать до різних соціальних середовищ та систем, але здатні вступити у стосунки у межах нової комунікативної системи, що склалася.

Інтернет є універсальним каналом комунікацій, акумулюючи можливості всіх засобів масової інформації, створюючи можливості для спілкування у новому середовищі. Інтернет ініціює зміни соціальної структури суспільства, створюючи нові спільноти, об'єднані за новими ознаками.

Соціальна роль Інтернету буде зростати пропорційно до зростання кількості користувачів, що буде потребувати більш значних досліджень у цій галузі. Розвиток нових інформаційно-комунікаційних технологій став передумовою для створення нових моделей комунікації, зокрема з використанням Інтернету та мобільного зв'язку.

Список використаних джерел

1. Засурский И. И. Масс-медиа второй республики / И. И. Засурский. – М.: Изд-во МГУ им. Ломоносова, 1999. – 272 с.
2. Соколов А. В. Метатеория социальной коммуникации / А. В. Соколов. – СПб.: Рос. нац. б-ка, 2001. – 352 с.
3. Бальжирова Т. Ж. Интернет как средство социальной коммуникации в условиях формирующегося в России информационного общества: дисс. на соиск. научн. степени канд. соц. наук.: спец. 22.00.04 «социальная структура, социальные институты и процессы» / Т. Ж. Бальжирова. – Улан-Удэ, 2003. – 162 с.
4. Краснокутська Ю. Internet як засіб комунікації: теоретико-методологічний аналіз [Електронний ресурс] / Ю. Краснокутська. – // Режим доступу: <http://www.bibl.kma.mk.ua/pdf/pidruchuku/23/41.pdf>
5. Матвеева С. А. Сайт як жанр інтернет-комунікації (на матеріалі персональних сайтів учених): дис. на здобуття ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.15 «загальне мовознавство» / С. А. Матвеева. – Луганськ, 2006. – 212 с.
6. Rogers E. M. Communication technology: The new media in society / E. M. Rogers. – New York: Free Press, 1986.
7. Корытникова Н.В. Интернет-представительство как коммуникативный ресурс государственного управления : дисс. на соиск. научн. степени канд. соц. наук.: спец. 22.00.04 «специальные и отраслевые социологии» / Н. В. Корытникова. – 2008. – 190с.