

ІНТЕРНЕТ ЯК ЗАСІБ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ТА СОЦІАЛЬНОГО ВПЛИВУ

УДК 316.4.063, 316.77

Микола Сидоров, канд. фіз.-мат. наук, доцент,
Дмитро Табаков, помічник редактора журналу "Hi-Tech"

Анотація. В даній статті розглядаються питання пов'язані зі з'ясуванням соціологічного змісту таких понять як *соціальна комунікація* та *соціальний вплив*, що є спільними для Інтернет-соціології та соціології комунікацій. Зокрема, автори намагаються довести, що Інтернет є не лише засобом, а й специфічним комунікаційним середовищем, за допомогою якого відбувається трансформація оцінок і думок в соціальні дії індивідів і груп.

Актуальність означеної теми визначається багатьма факторами. Зокрема, в Україні в останній час Інтернет-соціологія починає розвиватися досить активно і тому є потреба дослідити ті особливості, які набувають в ній міжособистісні і міжгрупові комунікації і взаємні впливи.

З огляду на це *об'єктом* нашого дослідження є Інтернет, як засіб соціальної комунікації та соціального впливу, а *предметом* – специфіка соціальних комунікацій і впливів, здійснюваних за допомогою Інтернет. *Мета* дослідження – концептуалізація поняття Інтернет-простір як простір віртуальних комунікацій і віртуальних впливів, що мають реальні соціальні наслідки.

Завдання дослідження – виявлення найбільш значимих особливостей Інтернет-комунікацій та Інтернет-впливів.

Термін " комунікація " (лат. – communicatio "роблю загальним, зв'язую") з'являється в науковій літературі на початку ХХ століття. В даний час він має, принаймні, три способи інтерпретації і розуміється як:

- а) засіб зв'язку будь-яких об'єктів матеріального і духовного світу;
- б) спілкування – (передача) інформації від людини до людини;

в) передача і обмін інформацією в суспільстві з метою дії однієї людини на іншу.

Соціокомунікаційні процеси включають у себе усі ці аспекти і пов'язане з проблемами соціальної диференціації, а також систематизації комунікативних засобів, різних за своєю природою, структурою функціями та ефективністю. Ці інтерпретації мають стосунок як до міжособистісних, так і масових комунікацій [1].

Інтернет-простір є засобом формування специфічного різновиду комунікацій (Інтернет-комунікації), які, між іншим, можуть бути проінтерпретовані таким же чином.

Якщо почати інтерпретувати кожний з вище перерахованих різновидів комунікацій, то ми можемо побачити, що всі міжособистісні комунікативні зв'язки переходять у Інтернет лише в чотирьох випадках: текстовій, відео-, звуко- та фотокомунікаціях. Усі вони мають свою специфіку. Скажімо, якщо при живій розмові ми можемо бачити співрозмовника, то в Інтернеті відеокомунікація потребує спеціальних технічних засобів, і, відповідно, розмова трансформується у щось подібне до телефонної розмови, супроводжуваної відео рядом (можливістю спостереження за співрозмовником, його миттєвими реакціями на перебіг вербального спілкування). Може саме тому в Інтернеті поки що найбільш вживаною є текстова або інша статична комунікація.

Однак і тут є відмінність у тому, бо текстовий обмін інформацією, з одного боку, приховує більшість емоційних реакцій співрозмовника, що надає йому можливість висловити те, що він не спромігся б сказати у розмові віч-на-віч. З іншого боку, це не дає можливість спостерігати за ефектом вербального впливу на вашого співрозмовника.

З огляду на те, що комунікативний процес не зводиться лише до обміну інформацією (її передачу й сприйняття), а ще й передбачає трансформацію даної інформації в соціально значущі індивідуальні, групові чи масові дії, то для соціолога якраз така трансформація і є головною метою дослідження, де

сам комунікаційний процес є лише приводом до дослідження. Механізм вказаної трансформації забезпечується переважно мовною діяльністю людей, бо саме за її допомогою транслуються у соціальному просторі і часі норми і правила спілкування як норми і правила соціальних дій.

Інтернет-простір, не зважаючи на усі його особливості, теж забезпечує можливість інформаційних комунікацій в соціальні дії. Хоча це поки що лише можливість, бо Інтернет ще не став повною мірою інструментом комунікацій, здійснюваних між великими групами людей, але саме це вже й привертає увагу значної кількості соціологів до Інтернет комунікацій . [2]

Базовими складовими таких досліджень є:

- а) можливі трансформації групової структури суспільства у Інтернет-просторі;
- б) комунікативні системи, що забезпечують різні види соціальної комунікації, включаючи і Інтернет;
- в) канали, рівні і засоби комунікації, що забезпечують передачу і сприйняття інформації і його трансформації у соціально значущі оцінки;
- г) трансформація оцінок в соціально-групові дії під впливом комунікаційних процесів тощо.

Комунікативні, системи вивчаються переважно у зв'язку з прикладними завданнями, тобто з тим, які теоретичні чи практичні завдання можна розв'язувати за допомогою різних комунікацій. Але треба відрізнити соціологічний підхід до комунікаційних процесів і підхід, властивий теорії інформації. Соціологів цікавлять проблеми, пов'язані з масовими каналами інформації, за допомогою яких і забезпечуються масові комунікації. Проте і соціологів, і фахівців з теорії інформації цікавлять перш за все проблеми ефективності. Для теорії інформації ефективність комунікаційних процесів виражається в показниках швидкості, якості, точності, обсягу тощо. Для соціолога ж – міра впливу комунікаційного процесу на відповідні групи людей, яка, у свою чергу, теж залежить від обсягу, швидкості, точності тощо. При чому, дані (технічні на перший погляд) показники є свідченням того, на скільки

повно, адекватно тощо (з огляду на мету впливу) сприймається відповідна інформація певним контрагентом, хоча реальними соціальними показниками ефективності впливу будуть не ці ознаки, а швидкість трансформації соціальної поведінки об'єктів впливу і її адекватність щодо завдань даного впливу.

Для соціолога в соціальних комунікаціях важливі ті їх характеристики, які дозволяють виявити механізми реальних взаємодій індивідів і груп. В літературних же джерелах як правило звертають увагу на комунікацію як на процес формування оцінок у ході передачі і отримання інформації. [1].

Серед означених характеристик найбільш значимими є:

По-перше, **функціональна масштабність** або соціально обумовлена масштабність спілкування. За цією ознакою розрізняють масову комунікацію (що має місце в суспільстві в цілому), обмежену (в рамках соціальних груп - компаній, організацій), локальну (у мікрогрупах типу асоціацій, професійних колективів), внутрішньогрупову (у малих групах, в сім'ї), міжособистісну або інтерперсональну (між двома або декількома індивідами, що спілкуються кожний з кожним) і навіть внутрішньоособистісну або інтраперсональну (між індивідом і електронними засобами передачі інформації).

По-друге, **пряма, або безпосередня** комунікація і **непряма, або опосередкована** (дистанційна). У першому випадку, комунікація актуалізується у формі бесіди або публічного виступу перед аудиторією, де присутня емоційна компонента, за якою можна спостерігати і яка відбувається шляхом обміну змістовною і оціночною інформацією з одночасним використанням вербальних і невербальних засобів.

Безпосередня комунікація характерна для міжособистісного спілкування і має різні сфери актуалізації, починаючи від обміну діловою інформацією і до суто особистої.

Опосередкована комунікація носить головним чином односторонній характер і актуалізується за допомогою засобів масової інформації і технічних засобів. Сучасні технічні засоби дозволяють здійснювати ефективну двосторонню комунікацію.

По-третє, *коротка*, нетривала комунікація і *постійна (систематична)*, обумовлена постійним спілкуванням в професійних колективах і дружніх групах. Тут ознакою класифікації комунікацій є час. .

Можна виокремлювати і різні види комунікацій, обираючи для їх класифікації різні ознаки чи принципи.

Останні тенденції у світі наводять на висновок, що глобалізація, як вона в чистому вигляді існує на сьогодні досягла і України. Тому не дивно, що за новими тенденціями, з'являються і нові дослідження в області інформаційних технологій. Не дивлячись на усі перепони приєднанню до світової мережі Інтернет, населення намагається як найшвидше стати користувачами світової мережі. Це відбувається і в Україні. Але для чого? Відповідь проста – намагання мати максимально можливий доступ до будь-якої інформації, що й може забезпечити Інтернет-простір.

Інтернет дає змогу обміну файлами будь-якого формату. І якщо звук чи текст не можуть передати максимум інформації та вражень то за допомогою відео, людина може фактично побачити все заново. У випадку ж розмови з кимсь, за допомогою web-камери користувач може побачити співрозмовника і відповідно дізнатись про його емоції та відчути візуальний вплив під час спілкування. Фактично вже це є живою розмовою, за виключенням, що співрозмовники можуть знаходитись на будь якій відстані.

Якщо ж людина хоче викласти свої думки з приводу політичної або ще якоїсь ситуації, то вона може з допомогою власних електронних щоденників, робити це необмежену кількість разів і у будь якому способі викладення.

Як правило, для виділення специфіки комунікації в електронному середовищі застосовується термін “комп’ютерно-опосередкована комунікація”. Тим самим підкреслюється, що можливістю взаємодії в мережах ми зобов’язані технічним засобам, і перш за все комп’ютеру. В літературі по цій темі також використовується термін “людино-комп’ютерна взаємодія”, яка на думку Е.Холла [3], відноситься до низькоконтекстуальної культури і має наперед задані логічні основи взаємодії і жорсткіші інформаційні обмеження в

символах, тезаурусі, діалозі, діях, зворотному зв'язку. Так, розуміння комп'ютером повідомлення або твердження можливо тільки при абсолютно точному виконанні відповідної допустимої команди, інструкції, угоди. Програмою може не бути сприйнята команда, що має зайвий пропуск, неправильний синтаксис, виконана із затримкою за часом, така, що знаходиться не в потрібному рядку і т.п. Повідомлення при людино-комп'ютерній комунікації повинне бути однозначним і точним. Тому термін, використовуваний нами, — комп'ютероопосередкована комунікація, або кіберкомунікація, — найточніше характеризує основний об'єкт дослідження — комунікацію, зберігаючи важливу для розуміння суть терміну слова (комп'ютер, середовище, кіберпростір, комунікація).

Потенційно повна анонімність спілкування в Інтернеті, “розчинення” себе в електронному просторі, де індивід — це набір технічних даних, зафіксованих у ір-адресі, накладає свої властивості на реальний світ. Ця ж уявна анонімність є і засобом для впливу на думки людей. Невизначеність щодо персони може спонукати користувача до певних дій. Тут грає важливу роль психологічний аспект. Чому людина інакше ставиться до незнайомої людини у Інтернет-просторі ніж коли зустріне її на вулиці? Чи спрацьовують тут об'єктивуючи зв'язки, як то наприклад припущення, що оскільки ця людина вже у Інтернеті, то це означає, що в реальному житті вона здатна була забезпечити себе цим засобом спілкування, а відповідно є більш-менш свідомою і обізнаною у життєвих реаліях і т.д. Для прикладу нова розвага — флешмоб — несподівана поява незнайомих людей в наперед встановленому місці і заданий час. Учасники за сценарієм здійснюють певні дії, а потім швидко розходяться, розчиняючись в натовпі так само, як і з'явилися. Флешмоб є короткочасною комунікацією (зазвичай до 5 хвилин) з наперед розробленим планом дій, яскравою і трішки абсурдною. При цьому кожна людина поводить так, що опинився тут ніби випадково і нічого про флешмоб не знає. Інструкції про те, що робити в заданому місці в заданий час автори флешмобів придумують і передають іншим через Інтернет або SMS. Вважається, що вперше флешмоб

був організований у Нью-Йорку у червні 2003 року, коли декілька сотень чоловік заходили в дорогий меблевий магазин, підходили до найближчого дивана, говорили: «Оце диван!». І йшли далі. Тобто комунікація явно направлена на спонукання до дій на такому жартівливому характері зовсім у іншій ситуації може стати засобом чогось більш серйозного і небезпечного для оточуючих.

Втім, видима анонімність спілкування в Інтернеті може формувати і деструктивні явища, такі як невмотивована (тому що непокарана) агресія, ігнорування загальноприйнятих правил культури, мови, листа. Багато хто відмітив, що стиль звичайного електронного листа помітно відрізняється від класичного. Крім того, часто прийнято не звертати уваги на граматику. Частково це робиться для економії часу.

Дана проблема одночасно зачіпає і політичну складову життя суспільства. Викид “компромату” в Мережу став звичайним методом політичної боротьби. Кажучи про дію Інтернету на політичні процеси в сучасному суспільстві, необхідно враховувати, що розкриття інформації через Інтернет, крім позитивних суспільних тенденцій має і негативні соціальні наслідки.

У США, де все ж максимальний досвід в цьому напрямі, політика “вільного від держрегулювання Інтернету” починає піддаватися серйозній критиці. Зокрема, випадки несанкціонованого використання особистих даних, що почастишали, починають викликати тривогу у різних організацій по охороні цивільних свобод і прав споживачів. Багато незалежних оглядачів стали з похвалою відзиватися про вельми жорсткі європейські закони про охорону приватної інформації. У США, на відміну від Європи, прийняті кодекси поведінки в Мережі добровільного характеру, проте розширення використання інформаційних технологій Інтернету в повсякденному житті населення примушує урядові кола по-новому поглянути на це питання. [4]

Соціальна взаємодія в рамках електронних конференцій і чатів може привести до складання різного роду міжособистісних відносин між учасниками. Інтернет є віртуальним простором, де ми зустрічаємося з друзями, колегами,

коханими у будь-який час, незважаючи на відстані. Причому поняття часу є специфічним в тому сенсі, що написавши повідомлення, наперед зрозуміло, що має пройти певний час, перш ніж адресат прочитає його. В цьому разі, привілеєм як адресата, так і адресанта є надання часу на відповідь.

Домінуючою соціально-психологічною основою для мережевих співтовариств стали принципи індивідуалізму, свободи самовираження, намагання рівного і вільного доступу до будь-якої інформації. [5] Ці установки ніде не зафіксовані, оскільки не існує “Правил інтернет-поведінки” або “Конституції Мережі”. Тут можна провести аналогію з реальним соціальним простором, де правила також вироблюються на основі існуючих об’єктивних можливостей і обмежень. Фактично кожний ресурс сам визначає свої правила і закони спілкування. В основному вони ґрунтуються на тому, що візуальне сприймання є домінуючим, а тому і важливим є зовнішнє оформлення Інтернет-сторінок, а також інформація, що на них міститься. Тому коли справа заповнення контентом переходить до користувача, що тільки частково бере участь у заповненні, а не у перевірці того, чим заповнюють, то мають бути і відповідно правила для полегшення роботи тим, хто відповідає за стан ресурсу. Однак, навіть невідома людина, якщо вона показала себе відповідальним користувачем ресурсу може стати одним із тих, хто має право редагувати зміст (модератор або адміністратор). А це, в певному сенсі позитивно, може впливати на її самооцінку і відношення з іншими користувачами вже у реальності. Саме середовище створює передумови для певної ідеології. Інтернет як мультинаціональний полікультурний простір немислимий без крайнього лібералізму, при якому користувач переважно сам повинен ставити собі обмеження. При цьому потреба в односторонньому обумовлює об’єднання користувачів. Коли ж людина не дотримується правил встановлених адміністратором, то вона може бути покарана. Вона отримує обмеження доступу до ресурсу. Це може бути тимчасове обмеження або ж суцільне, наприклад, блокування номеру IP, щоб людина не могла вже скористатись і зареєструватися під іншим ім’ям.

Таким чином інтеракція у мережі припускає наявність інтересів, що розділяються. Співтовариство, що склалося в кіберпросторі, консолідує колективні інтереси, що визначають атмосферу спілкування і соціальні зобов'язання. Тому на сьогодні можна стверджувати, що мережеве співтовариство – це специфічна форма соціальної структури, встановлена емпіричними дослідженнями як атрибут інформаційної епохи. [2]

Одним з основних механізмів функціонування мережевих співтовариств є самоорганізація. При цьому виникає соціальна стратифікація з приводу доступу до інформаційних ресурсів і, відповідно, владних повноважень. На відміну від традиційного права тут відсутня спеціальна група людей, що здійснюють примус. Разом з тим, технічно не виключена можливість забезпечення в найближчому майбутньому контролю держави за поведінкою членів мережевих співтовариств. Можливо, що тоді наступить кінець ери Інтернету як засобу вільного простору життя людей.

Якщо підсумувати всі вище означені можливості Інтернету як засобу соціальної комунікації то можна зробити висновок, що Інтернет вже набув такого розвитку, що став одним із найпотужніших різновидів комунікації і засобів впливу як на думки (свідомість), так і на дії індивідів і груп людей.

Безумовно, Інтернет-середовище не є простим відображенням соціальних складових реального життя. Комунікативні схеми, стратифікаційні моделі і т.п. в цьому середовищі не запозичуються з “офлайну”, але породжуються всім віртуальним контекстом. А до факторів формування особистості ми можемо тепер додати і Інтернет, який повноцінно включений у життєвий кругообіг. До того ж такий, що об'єднує декілька різних суспільств у їх вужчому розумінні. Наприклад, об'єднання декількох націй і народів.

Література

1. Конецкая В.П. Социология коммуникаций. - М.: Международный университет бизнеса и управления.1997-304С.

2. Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2007). Online communication and adolescent well-being: Testing the stimulation versus the displacement hypothesis. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), article 2. <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/valkenburg.html>
3. E. Hall, *Understanding Culture Differences*. Yarmouth. ME: Intercultural Press, 1990.
4. Чугунов А.В. Исследования Интернет аудитории: мировой и российский опыт Советов
5. Кастельс М. Становление общества сетевых структур // Новая постиндустриальная волна на Западе : Антология / Под ред. В.Л.Иноземцева. — М., 1999. — С. 494–505.

Прізвище ___ Сидоров

Ім'я ___ Микола

По батькові ___ Володимир - Станіславович

Науковий ступінь ___ канд. фіз. - мат. наук

Звання ___ доцент

Посада ___ доцент

Місце роботи (навчання) ___ Київський національний університет імені Тараса Шевченка, факультет соціології, кафедра методології та методів соціологічних досліджень

Поштова адреса (службова) _ Україна, 01033 , Київ, Володимирська 64, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, факультет соціології

Поштова адреса (домашня) ___ Київ, вул. Вільямса 9 к.3.кв.91

Телефони:

Службовий ___ (044) 2393351

Домашній ___ (050)3307983

Факс ___ (044) 2393351

E-mail ___ sydorov@socd.univ.kiev.ua ___

Прізвище ___ Табаков

Ім'я ___ Дмитро

По батькові ___ Володимирович

Посада ___ помічник редактора журналу "Hi-Tech"

Місце роботи (навчання) ВАТ "Софтпрес", Київський національний університет імені Тараса Шевченка, факультет соціології

Поштова адреса (службова) Україна, 01033, Київ, Володимирська 64, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, факультет соціології

Поштова адреса (домашня) ___ 03115 м.Київ, вул. Відпочинку10 кв.284

Телефони:

Службовий __ (067) 4010394

Домашній ____ (044) 5694627

E-mail__ tabakovd@ukr.net__