

ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИЯ: ТРЕНД СОВРЕМЕННОГО РАЗВИТИЯ

Наиболее удивительным явлением, радикально преобразующим современное общество, является Интернет. В эпоху «текучей современности»¹ Интернет уже давно не является радикально новым средством коммуникации, а глубоко вовлечен в циклы повседневной жизни общества. Согласно А. В. Царевой, произошел процесс рутинизации Интернета, итогом которого стало появление Сети или виртуального коммуникативного пространства². По словам Мануэля Кастельса, Интернет – это особый «коммуникационный медиум, который впервые сделал возможным общение многих людей, со многими другими, в любой момент времени и в глобальном масштабе»³. В результате рутинизации использования Интернета, мы в духе Ю. Хабермаса можем говорить о двух принципиально разных назначениях его использования, о двух видах практик, связанных с Интернет-коммуникацией (computer-mediated communication). Как известно, Хабермас выделял два типа социального действия: целерациональное действие и коммуникативное действие⁴. Данный тезис справедлив и по отношению к социальному взаимодействию в виртуальном пространстве: виртуальная коммуникация может быть или инструментом достижения внешних по отношению к самой коммуникации целей, или самоцелью. Различая цели виртуальной коммуникации, мы можем говорить о комму-

¹ См.: Бауман З. Текучая современность / Пер. с англ. под ред. Ю. В. Асочакова. СПб: Питер, 2008.

² Царева А. В. У истоков Интернета: принцип маргинальности как условие творчества / Ценностно-нравственные проблемы российского общества: самореализация, воспитание, средства массовой информации. – СПб: Изд-во С.-Петербург. ун-та, 2008. С. 20.

³ Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / Пер. с англ. А. Матвеева под ред. В. Харитоновой. – Екатеринбург: У-Фактория, 2004. С. 15.

⁴ Иванов Д. В. Парадигмы в социологии: учебное пособие. – Омск: Изд-во ОмГУ, 2005. С. 44.

никационной среде Интернета (виртуальном пространстве) либо как о вспомогательной реальности («киберпротезе» общества), либо как о самостоятельной реальности. Интернет как вспомогательная реальность используется лишь для организации и координации социального действия, протекающего в физическом мире. Вторая практика замкнута на виртуальной реальности, где целью является сама Интернет-коммуникация.

И первый, и второй случай представляют собой различные аспекты одного явления – социальных изменений под влиянием Интернета и виртуальной коммуникации. Первый случай представляет собой частное влияние, когда Интернет как средство коммуникации в рамках особого исторического и культурного контекста, изменяет существующие социальные институты и практики: экономические, политические, образовательные и др. Примером подобного изменения может служить новое требование для всех депутатов Государственной Думы от партии «Единая Россия» вести свой Twitter. Кроме того, оказалось, что виртуальные социальные сети (Facebook, Twitter и др.) могут предоставить широкие возможности для мобилизации коллективного социального действия и организации любых массовых мероприятий: от мирных флеш-мобов до протестных политических акций. Отмечается, что немаловажную роль в революционных восстаниях и массовых протестах, прошедших в ряде арабских стран (Египет, Тунис, Йемен, Иордания, Алжир, Сирия и др.), сыграли как раз виртуальные социальные сети⁵. Кроме того, ведутся исследования на предмет формирования в Интернете институтов публичной сферы и дискуссионных арен⁶, которые, как завещал Ю. Хабермас, могут стать альтернативой традиционным электоральным процедурам, обеспечивающим реализацию демократических ценностей.

Второй случай интересен не с точки зрения социальных изменений в отдельных практиках и институтах общества, а с точки зрения возникновения новых элементов в структуре общества. Имеется в виду появление принципиально нового вида практики в ряду уже существующих и составляющих общество, такой коммуникации, которая создает свои собственные и новые для общества смыслы. Интернет

⁵ См.: Видясова М. Ф. Куда идет тунисская «революция»? // Научно-аналитический журнал Обозреватель – Observer. 2011, №10 (261). С. 79.

⁶ См.: Paul DiMaggio, Eszter Hargittai, W. Russell Neuman, John P. Robinson. Social Implications of the Internet // Annual Review of Sociology, Vol. 27 (2001). P. 320.

порождает новое измерение социальной реальности – виртуальную социальность, и именно в рамках этой новой социальности появляются новые смыслы коммуникации. Однако это не тезис, а всего лишь гипотеза, которая нуждается в проверке. Таким образом, в рамках изучения социальных изменений современного общества в фокус исследовательского внимания мы помещаем Интернет-коммуникацию. Мы ожидаем обнаружить любопытные тенденции в развитии Интернет-коммуникации, которые затем попытаемся объяснить с помощью социологической теории и дать теоретическую интерпретацию происходящих изменений.

Для анализа социальных изменений современного общества на примере Интернет-коммуникации наиболее адекватно использовать теорию общества, предложенную Никласом Луманом, ибо общество в его теории – система коммуникаций. Объектом потенциального исследования является множество актов коммуникации (сообщений) в виртуальном пространстве Интернета, на различных сайтах, блогах и в виртуальных социальных сетях. Предметом исследования является модель социальной коммуникации, предложенная Н. Луманом, и связанная с ее функционированием структурная дифференциация общественной системы.

Необходимо отметить, что мотивом подобного исследования является не только установка на изучение социальных изменений под влиянием Интернета, но и стремление верифицировать теорию общества Н. Лумана, насколько это возможно. Последняя представляет собой очень сложную и тяжеловесную теорию, и при попытке использовать ее в эмпирических исследованиях возникает чудовищная масса проблем, в чем автор убедился на собственном опыте. Вопреки заявлениям самого Н. Лумана⁷, мы верим, что использование его теории (или некоторых элементов теории) для анализа отдельных явлений и проведения эмпирических исследований возможно. Для верификации теории общества Н. Лумана, исходя из требований самой процедуры, необходимо выбрать такие суждения его теории, которые можно проверить на основе наблюдаемых фактов. Мы считаем, что наиболее подходящей идеей для верификации является концепция системной дифференциации общества, т. к. на ее основе можно составить про-

⁷ Луман Н. Общество Общества. Общество как социальная система / Пер. с нем. А. Антоновского. – М.: Логос. 2011. С.37–44.

гноз, и, следовательно, проверить насколько он реализуется. Если теория дает верные прогнозы, она верна.

Согласно Луману, увеличение комплексности общества в процессе его функционирования предполагает дифференциацию общества на автономные подсистемы. Это означает, что со временем и с появлением новых элементов-коммуникаций, рано или поздно должны появляться и новые функциональные подсистемы. Причем структурной от-дифференциации подсистем способствует непрерывная эволюция коммуникации. Поэтому, для каждой новой подсистемы представляется возможным проследить тенденцию ее развития. Луман выдвигает ряд требований-признаков, которые предъявляются каждой автономной подсистеме общества. Если некая область коммуникаций удовлетворяет этим требованиям, то ее можно признать самостоятельной подсистемой. Нам представляется, что системная дифференциация происходит постепенно, поэтому некая область коммуникаций может показывать определенную тенденцию к автономизации, удовлетворяя не всем, а лишь отдельным требованиям.

Если экстраполировать данный тезис на область Интернет-коммуникаций, то ожидается, что рано или поздно Интернет превратится в самостоятельную систему коммуникаций, со своими смыслами и своей общественной функцией. Подтверждение данного прогноза вполне могло бы стать аргументом в пользу социологической теории Лумана. Однако примерять к Интернету статус полноценной подсистемы общества пока чересчур амбициозно и даже наивно.

Итак, для изучения и анализа Интернет-коммуникации мы используем концепцию социальной коммуникации Лумана. Согласно этой концепции, коммуникация есть передача селективной информации, в результате которой реципиент оказывается способным или не способным различить саму информацию (смысл) от сообщения (акта передачи). Данная статья не предполагает всестороннего и полного анализа Интернет-коммуникации (ее функции, программы, «производительности» и др.), поэтому мы ограничимся лишь демонстрацией её эволюции, а точнее - эволюции ее коммуникативных средств, результатом которой стало появление символически генерализованных средств (медиумов) для передачи смысла в Интернет-коммуникации.

Согласно Луману, коммуникация – это селективное движение специфической (касающегося какого-либо определенного круга проблем/опыта) информации от одного узла к другому, каждый раз требующее преодоления комплексности и невероятности своего осуще-

ствления. В случае Интернет-коммуникации, когда речь идет об использовании Интернета ради самой коммуникации, наибольший риск отклонения и непринятия коммуникации содержит 3-ий порог невероятности, связанный непониманием смысла коммуникации - невероятность успеха⁸. Представим себе следующую коммуникацию: Интернет-пользователь решает сообщить о своем переживании какого-то события и создает пост в своем блоге. По сути, у этого пользователя есть бесконечное множество вариантов построения своей коммуникации, создания своего поста, начиная от выбора между употребляемыми словами и стилями речи, до наполнения поста ссылками, фотографиями, звуковым сопровождением и т.д. От того, как он сконструирует свое сообщение (и какую информацию он решит в нем сообщить), напрямую зависит вероятность успеха его коммуникации. Поэтому, в условиях отсутствия символически генерализованных средств, коммуникативный успех зависит от информации/содержания сообщения и носит случайный характер.

Развитие виртуальной коммуникации (с момента массовой компьютеризации и распространения Интернета) привело к тому, что сегодня появились универсальные медиумы, снижающий риск неуспеха до минимума. Артефакты, впоследствии оказывавшиеся этими медиумами, появились на просторах Интернета несколько лет назад (2008–2009 гг.) в качестве одной из множества возможных форм конструирования сообщения и передачи смысла. Но функционировать как символически генерализованные средства они начали совсем недавно, не более года назад, когда Интернет распознал в них мощный потенциал унификации и стандартизации информации, способный охватить широкий тематический



Рис. 1. Пример нового медиума:
«Демотиватор».

⁸ Напомним, что успех является ключевой характеристикой коммуникации. Под успехом коммуникации понимается случай реализации ее информации в дальнейшей коммуникации, другими словами, успешная коммуникация та, на которую последовал ответ. Каждая коммуникация стремится к своему успеху.

спектр. Использование этих форм показало поразительную динамику – лавинообразное распространение и обретение популярности в Интернете, на различных форумах, в социальных сетях и коллективных блогах.

Речь идет о так называемых «демотиваторах», «Rage Comics» (комиксы), «типичных», «открытках». Эти шаблонные коммуникационные формы (рис. 1, 2) отличаются тем, что комбинируют в строгую схему восприятия визуальную и текстовую информацию. Эти формы «по умолчанию» конфигурируют составные части сообщения в определенную композицию, задающую логические и смысловые отношения между этими частями (высказываниями /изображениями). Коммуникация, где информация сообщается посредством этих форм, может протекать молниеносно. Время для восприятия даже сложного смысла, заложенного в эти сообщения, сводится к минимуму. Коммуникация, использующая этот медиум, обладает большей вероятностью своего успеха, нежели чем просто текст или другие формы передачи информации. Успех обеспечивается также и тем, что Интернет-аудитория уже имеет опыт обращения с подобными коммуникациями (= традиция), что исключает разночтения и сбои при интерпретации смысла этих сообщений. Коммуникативный успех, помимо прочего, заключается не только в ответных коммуникациях, закрепляющих принятие/ понимание информации, но даже скорее в том, что пользователи-реципиенты перенимают сами символические формы и используют их в своих ответных и самостоятельных коммуникациях, а также в новых темах. Таким образом, осуществляется рекурсивная



Рис. 2. Пример нового медиума: «Rage comics».

коммуникация (аутопойезис) самого медиума, и коммуникативные цепочки, например, с Rage Comics, могут выглядеть как наполнение одного и того же шаблона (медиума) разным содержанием в каждой последующей ответной коммуникации. Можно сказать, что происходит «поляризация» коммуникации – все дальнейшие цепочки приобретают вид изначальной формы-медиума. Появление таких уни-

версальных сообщающих форм обязано имплицитным стремлением передать полный объем информации (смысл) минимумом средств. Именно отсюда происходит тенденция, что Интернет-коммуникация, будучи в первую очередь текстовой и визуальной коммуникацией, принимает форму комиксов.

Распространение этих форм, в первую очередь, привлекает и поражает внимание социолога той динамикой, с которой данные формы обретают свою популярность и распространяются в Интернете. Распространение происходит не только интенсивно – увеличение доли коммуникаций, использующих эти формы, но и экстенсивно – появляются все новые инварианты этих форм, описывающие другие области реальности/опыта. Показательным в этом плане, является форма «Типичный», которая дает описание типичных явлений для той или иной организации, города, профессии, личности и т. д. Эта шаблонная форма была перенесена и на реалии высшего образования – сперва появился «Типичный ФинЭк», затем «Типичный СПбГУ» и другие ВУЗы. В этих коммуникациях сообщаются наиболее часто встречаемые черты явлений, связанных с учебой в этих ВУЗах: особенности дисциплин, словечки преподавателей, установившиеся порядки и др. Также прослеживается структурное сопряжение социальной системы Интернета с другими системами, например, с массмедиа: случайная комичная фраза футбольного комментатора Геннадия Орлова во время телевизионной трансляции матча попала в виртуальное пространство, где не просто цитируется, а сообщается с помощью новых коммуникативных форм.

На рисунке 3, приведен пример коммуникативного шаблона «Типичный СПбГУ». В данном примере сообщается удивление студентов, которые, приходя на занятия по физической культуре, сталкиваются с типичной для университета ситуацией, связанной с преобладанием регби как основного вида командных спортивных игр.

Важно также описать роль и взаимосвязь различных социальных медиа (social media – сайты, где сами пользователи создают содержание коммуникаций) в процессе распространения нового медиума. Экстенсивное распространение новых форм Интернет-коммуникации происходит не только как колонизация медиумом новых областей опыта и включение новых тем в коммуникацию, но и как проникновение в различные виртуальные сообщества и виртуальные социальные сети, то есть именно как колонизация самого виртуального пространства (веб-сайтов, порталов, блогов, форумов и т. д.).

В качестве самостоятельного крупного исследования было бы интересно построить сеть (граф) Интернет-ресурсов, связанных друг с другом внешними коммуникативными потоками, то есть применительно к распространению новых медиумов ответить на вопросы: что (какая именно форма), откуда (исходный Интернет-ресурс) и куда (другие Интернет-ресурсы) поступает. С одной стороны, интересно проследить путь распространения каждого медиума, а с другой – выяснить, как связаны между собой различные Интернет-ресурсы.



Рис. 3. Пример нового медиума: «Типичный СПбГУ».

Еще одной важной отличительной чертой Интернет-коммуникации является тотальное и повсеместное использование смеха, юмора/иронии/сарказма. В том числе и возникшие символически генерализованные средства Интернет-коммуникации руководствуются логикой высмеивания, пытаются представить информацию в комичном свете. С одной стороны, использование смеха, как предполагается, писал Аристотель во второй части своей «Поэтики», упрощает понимание ситуации, наделяет коммуникацию большей вероятностью успеха. С другой стороны, что присуще уже специфически масс-медиа (и Интернету, в том числе), юмор и смех привлекают намного больше внимания, выполняя развлекательную функцию. Ком-

муникация, использующая юмор, потенциально имеет большую аудиторию, чем «серьезная» коммуникация. Здесь также открывается перспектива на нахождение собственных смыслов Интернет-коммуникации, безотносительно каких-либо привязок к существующим институтам и практикам общества. Когда речь в Интернет-коммуникации, использующей вышеописанные формы, пойдет о самих этих формах или о самом Интернете, тогда и наступит тот момент появления собственных смыслов. Когда практика Интернет-коммуникации будет все больше напоминать упражнение в креативности и юморе, и когда использование Интернета будет преследовать цель получения принципиально нового опыта общения, тогда лишь можно говорить о появлении собственной функции этой коммуникации. Вопрос заключается в том, в каком масштабе будут протекать данные изменения.

Таким образом, с помощью теории социальной коммуникации Лумана мы попытались объяснить и интерпретировать разворачивающуюся на просторах Интернета тенденцию в изменениях коммуникации. Ожидается, что высокая интенсивность Интернет-коммуникаций будет порождать все новые и более совершенные медиумы передачи смысла, сводящие риск непонимания к нулю, в направлении вышеназванных универсальных форм-шаблонов и комиксов, комбинирующих изображение и текст, и устанавливающих определенные логические отношения между ними. Мы прогнозируем сохранение данной тенденции: увеличение доли Интернет-коммуникаций, использующих подобные медиумы, и проникновение этих медиумов во все новые виртуальные сообщества. Также, мы сформулировали гипотезу для проекта верификации теории Лумана: проверка прогноза о дифференциации новой подсистемы общества – Интернета.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бауман З. Текущая современность / Пер. с англ. под ред. Ю. В. Асочакова. – СПб: Питер, 2008. 240 с.
2. Видясова М. Ф. Куда идет тунисская «революция»? // Научно-аналитический журнал Обозреватель – Observer. 2011, №10 (261). С. 79–96.
3. Иванов Д. В. Виртуализация общества. Версия 2.0 / СПб: Петербургское Востоковедение, 2002. 224 с.

4. Ианов Д. В. Парадигмы в социологии: учебное пособие. – Омск: Изд-во ОмГУ, 2005. 72 с.
5. Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / Пер. с англ. А. Матвеева под ред. В. Харитонova. – Екатеринбург: У-Фактория, 2004. 328 с.
6. Луман Н. Общество Общества. Кн. 1: Общество как социальная система / Пер. с нем. А. Антоновского. – М.: Логос, 2011. 640 с.
7. Царева А. В. У истоков Интернета: принцип маргинальности как условие творчества / Ценностно-нравственные проблемы российского общества: самореализация, воспитание. средства массовой информации. – СПб: Изд-во С.-Петерб. ун-та. 2008. 320с.
8. Paul DiMaggio, Eszter Hargittai, W. Russell Neuman, John P. Robinson. Social Implications of the Internet // Annual Review of Sociology, Vol. 27 (2001). P. 307–336.