УДК 323:070

Пашинская В.В.

Модели политической коммуникации в виртуальной среде

Развитие интернет-технологий повлекло неизбежный процесс развития новых форм социополитической коммуникации. Наиболее эффективные формы политической коммуникации в настоящее время – это интернет сайты, которые являются открытой площадкой для политических дискуссий. Персональные политические идеи имеют возможность быть озвученными не только во всем гиперпространстве, но и в интернет-блогах.

Ключевые слова: интернет-сайт, блог, интернет-коммьюнити, политический спам, интерсубъективность.

Наиболее эффективными формами политической коммуникации в глобальной сети являются интернет-сайты – на сегодняшний день один из основных вариантов публичной коммуникации субъектов политики. Предоставляя возможность для размещения неограниченного количества материалов, без временных или пространственных рамок, а также возможность непосредственного обращения к адресатам, данные ресурсы существенно экономят усилия по доставке легко обновляемой информации.

Сегодня именно всемирная сеть Интернет позволяет субъектам реальной политики оперативно реагировать на трансформации в социальной и политической сфере. Создание сайта способствует расширению базы потенциальных избирателей, привлекает единомышленников, при этом повышая узнаваемость, а порой и рейтинг политического деятеля. Инструменты, которые используются в данном случае, широко известны и распространены: анкетирование, социологические опросы, форумы, новостная рассылка и т.д.

Реакция посетителей таких сайтов, их участие в опросах и анкетировании позволяет оценить их потребности, улучшить работу сайта и даже скорректировать его контент. Впоследствии полученную информацию можно использовать для повышения эффективности воздействия на целевую аудиторию. Чтобы завоевать доверие существенной части потенциального электората, современные политические деятели активно используют выше названные преимущества глобальной сети, создавая в виртуальном пространстве приоритетный для себя образ.

Блоги, мини-блоги – дискуссионная среда, в которой, как правило, не остаются без внимания общественно значимые события, в том числе связанные с политикой. Но в данном случае они носят субъективный характер и преподносятся, пройдя своеобразный авторский «фильтр». Блог, или мини-блог, является своего рода онлайн-коммьюнити, становясь серьёзным инструментом для формирования авторитета и репутации автора, отчасти приобретая характерные штрихи его социального портрета [1, с. 99].

Посредством блоггерского общения зачастую решаются следующие задачи:

1. Аналитическая, инструментом которой могут быть регулярные мониторинги, отслеживание основных тем дискуссий. При этом особую значимость имеет критика со стороны адресанта, т.е. самого автора или партии, которую он представляет.
2. Коммуникационная – дискуссия, демонстрирующая приоритеты политического деятеля, направленная на повышение интереса к данной персоне.
3. Исследовательская – в данном случае имеется в виду инициация новых вариантов обсуждения кампаний или других видов политической деятельности. Данная функция способствует оценке реакции потенциальных избирателей на информацию.

Предпочтительные особенности общения посредством блогов заключаются в интерактивности, в возможности использования неформального стиля подачи информации

и моментального реагирования на предоставленные сведения. С помощью блога можно привлечь единомышленников, соратников по партии или движению, а также представителей СМИ, заинтересованных в получении оперативной, достоверной, а порой даже эксклюзивной информации. Благодаря всем вышеперечисленным свойствам, блоги и их авторы способны влиять на популярность политического деятеля.

Следуя логике типологизации элитаризма, изложенной в главе 4 «Основы политической элитологии» [2, с. 74], можно говорить о новом этапе в развитии элиты. Об этапе формирования «Нетократии», т.е. элит, осуществляющих свое правление на основе применения интернет-технологий.

Необходимо отметить, что на сегодняшний день одним из наиболее распространённых способов передачи информации является электронная почта, преимуществами которой являются простота в использовании и возможность прямого взаимодействия с целевыми аудиториями. В середине 90-х, когда этот вид коммуникации был в самом начале своего развития, с ним было связано множество проблем – в их числе не последнее место занимала вирусная опасность, которой подвергались владельцы первых электронных почтовых ящиков. Однако к настоящему времени разработаны основные правила и принципы, которые делают данный вид коммуникации надежным и безопасным:

- большая часть информации распространяется по подписке, что вполне соответствует интересам её получателя;
- если рассылка не оправдала ожиданий пользователя, он может отказаться от неё;
- существует возможность персонализированной коммуникации (персонифицированного обращения);
- push-технология работает напрямую и достигает конкретного пользователя – когда пользователю для того, чтобы увидеть рекламу, необходимо самому идти к информации [3, с. 33].

Возможность обмена текстовыми или голосовыми сообщениями в режиме реального времени при участии широкой аудитории теперь реализуется посредством форумов, чатов и социальных сетей. Эти новые элементы массовой коммуникации стали не только своеобразной площадкой для проведения дискуссий, но и источником информации.

Другой проблемой распространения политической информации по каналам электронной почты является «спам», все эффективнее применяемый в политических целях. «Политический спам – объективно эффективное средство политической пропаганды, борьбы и политического воздействия. Эффективность и практически безнаказанность несанкционированных пользователем сообщений позволяет говорить о политическом спаме как о мощном информационном оружии, способном оказывать значительное влияние на политические процессы в информационном обществе при минимальных затратах» [4, с. 293].

Сложный коммуникационный процесс, развивающийся в интернет-пространстве, подразумевает расширение круга общающихся. На следующем этапе возникает некая дискуссионная ситуация, составной частью которой является диалог декодирующих сторон: «адресант↔адресат»; «адресанты↔адресат»; «адресант↔адресаты». Результат этого процесса – появление единого социокультурного пространства, либо акцентуация внимания на одном объекте и его обсуждение, что создает впечатление целостности восприятия потока информации и определяет основные составляющие информационной среды сетевого сообщества. В основе организации таких форм коммуникации заложены базовые потребности человека как части социума, а именно: общение и самовыражение.

Сотни тысяч, а порой и миллионы посетителей составляют аудиторию социальных сетей, формируется интернет-коммьюнити единомышленников. Применяя это явление к политической коммуникации, можно говорить о том, что эти люди – участники определённого Интернет-сообщества – скорее всего будут поддерживать импонирующего им политического деятеля в его начинаниях, при этом высказывая свое мнение. Такой тип общения

позволяет оперативно распространять удачные постинги по Сети; при этом многие сайты являются площадками для размещения безвозмездной рекламы и проведения различных политических кампаний. Для того чтобы повлиять на мнение многих потенциальных избирателей, достаточно изложить свои идеи нескольким десяткам лидеров конкретной социальной сети.

Цель Интернет-опросов и онлайн-голосований – определение приоритетов аудитории, а также политическая агитация. Важной составляющей для создания политической рекламы являются опросы общественного мнения. Задача таких опросов – выявление намерений потенциальных избирателей, восприятия электоратом имиджей партий и кандидатов, его отношения к социальной и экономической ситуации в регионе.

Многие политические структуры и отдельные политики экспериментируют в сети, пытаясь стимулировать активность гражданского общества к участию в политическом процессе, но в большинстве случаев люди заинтересованы в социальном процессе, нежели в политическом. Но любые социальные аспекты, объединяющие людей тем или иным образом, приобретают зачастую политический характер и способны оказывать существенное политическое воздействие. Даже социально ориентированные проекты, формируемые гражданским обществом, стимулируют людей участвовать в реальной политической коммуникации, взаимодействуя между членами он-лайн сообществ.

Подобное взаимодействие между членами он-лайн сообществ осуществляется через текст на экране монитора, который в сети «Интернет» является частью глобального гипертекста, который может рассматриваться как новый способ коммуникации в киберпространстве. Пользователи сети Интернет, таким образом, живут и коммуницируют в условиях включенности в пространство гипертекста. «Ранжируя в той или иной мере других людей в Интернете (представленных набором текстов) и делая это целеустремленно, или от случая к случаю, в том числе ранжируя потенциальных коммуникативных партнеров либо тех, с кем установление контакта нежелательно, каждый человек строит свой фрагмент социальной виртуальной реальности. Причем строит ... в форме гипертекста: отображающие конкретных людей наборы текстов разнесены в воображаемом пространстве и соединены между собой значимыми отношениями» [5, с. 77].

Информационное содержание киберпространства непрерывно трансформируется, пользователи постоянно вводят и изменяют данные, производят тексты/высказывания, переходят от более старых к более новым версиям экспонированных в киберпространстве содержаний, сочетающих многообразные смысловые компоненты, динамично работающие на уровне микро- и макросоциальных моделей коммуникации в виртуальных сообществах. В этой среде очень важным структурным элементом является коммуникативное взаимоотношение сообщество-общество.

Виртуальная реальность порождает ситуацию, при которой коммуникации нового типа расширяют пространство политического действия, придавая ему глобальный масштаб, выводя его за рамки национального государства. Такой широкий контекст коммуникативных политических отношений в корне изменяет характер политической системы. Подобное взаимодействие в сетевой среде может конструировать новые кросс-культурные и политические структуры, новые формы групповой интеграции, преодолевающие традиционные способы политической коммуникации и границы традиционного континуума политического действия, ограниченного рамками национальных государств.

Эта модель политической коммуникации в виртуальной среде, хотя и является проекцией реальной социополитической системы, однако «десистематизирует» ее, превращая ее более или менее централизованную организацию в виртуальную ткань паутины взаимодействий. Она характеризуется чрезвычайной интерактивностью, динамичным изменением своих параметров посредством целенаправленного и систематически происходящего информационного взаимодействия участников сети и присоединившихся наблюдателей.

В этой интерсубъективной среде конструируется виртуальная реальность посредством компьютерной симуляции базисных функций человеческого сознания, которая затем проецируется в многомерное пространство, содержащее самовоспроизводящиеся информационные потоки практически безграничного объема. Это среда, созданная коммуникацией, посредством искусственно воспроизводимой и многократно технологически усиленной способности человеческого сознания конституировать виртуальные миры, а также визуально и текстуально овеществлять их, поскольку именно в этой интерактивной среде создается неизвестный до сих пор потенциал формирования новой политической интерсубъективности.

Очевидно, конструирование виртуальной политической интерсубъективности осуществляется через многочисленные виртуальные исполнения и моделирования потенциальных политических ролей членами Интернет-сообществ. Можно предположить, что стремление конструировать виртуальную политическую интерсубъективность может быть связано с тем, что политическая реальность не предоставляет возможностей для реализации различных политических идей и программ, являясь слишком «режимной». Это порождает у людей желание преодолеть ограничения политической нормативности, что ведет к виртуальному конструированию ненормативной и свободной интерсубъективности и политической реальности. Интернет предоставляет для этого все технические возможности.

Литература

1. Рогачева Н.Б. Речежанровая вторичность в политическом дискурсе (на материале жанра блога) // Политическая коммуникация: мат-лы Всерос. науч. школы для молодежи. Екатеринбург, 2009. Т. 2.

2. Ашин Г.К., Понеделков А.В., Старостин А.М., Кислицын С.А. Основы политической элитологии. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013.

3. Ефремова А.О. E-mail маркетинг как инструмент коммуникации. // PR-технологии в информационном обществе: мат-лы 3-ей Всероссийской науч.-практ. конф. – СПб., 2006. Ч. 1.

4. Акопов Г.Л. ПОЛИТNET.RU. Интернет-технологии как инновационный фактор политики. Ростов н/Д.: Изд-во СКНЦ ВШ ЮФУ, 2012.

5. Войскунский А.Е. Метафоры Интернета // Вопросы философии. 2001. № 11.