

Интернет-коммуникации в гражданском обществе: методологический анализ

Статья рекомендована Г.А. Заикиной 18.05.2017.



ДРУЖИНИН Андрей Михайлович
Кандидат философских наук, старший научный сотрудник научно-исследовательского сектора, Академия медиainдустрии

Аннотация

В статье рассмотрены интернет-коммуникации в контексте их роли в построении и функционировании гражданского общества. Выявлены ресурсы так называемых внутренних онлайн-коммуникаций с точки зрения вовлечения индивидов в совместные действия. Проанализированы факторы, обеспечивающие эффективную работу онлайн-ресурсов гражданского общества. Исследование сфокусировано на проблеме сосуществования виртуальных и офлайновых взаимодействий.

Ключевые слова:

интернет-ресурсы, коммуникация, гражданское общество, электронная демократия, электронное правительство, цифровое неравенство.

Интернет-ресурсы (сайты, форумы, аккаунты в соцсетях, электронная почта) общественных организаций рассматриваются лицами, принимающими решения, в качестве инструментов для реализации многих коммуникативных задач, нередко они видятся как основной способ взаимодействия с гражданским обществом [1]. Интернет стал значимым пространством с точки зрения построения социального капитала, то есть ресурсом, от которого зависят число и характеристики сторонников организации, ее место в политической и экономической жизни общества, эффективность работы и, наконец, распределение финансовых потоков, обеспечивающих ее деятельность [2]. В рамках концепции делиберативной электронной демократии интернет-взаимодействие с информационной средой признается своеобразной гарантией от нарушений в ходе социального взаимодействия граждан [3, 4].

С одной стороны, может показаться, что перемещение гражданской активности в виртуальную реальность создает некий искусственный мир, в котором реальные действия подменяются набором электронных сигналов, а с другой — многие исследователи отмечают, что именно информационные технологии создали условия для возникновения новых видов кооперации индивидов и организаций, которых не существовало в докомпьютерную эпоху [5]. В то же время очевидно, что как онлайн взаимодействие, так и реальные межсубъектные отношения являются результатом сознательной деятельности человека. Любые факты подмены субъекта программным алгоритмом даже на лингвистическом уровне отделяются от коммуникаций граждан. Искусственно созданные «боты» не воспринимаются в социальной сетевой практике как полноценные акторы, обладающие собственным сознанием и свободой воли.

Возникает вопрос, как и почему интернет-коммуникации становятся условием укрепления социального взаимодействия граждан с организациями и гражданским обществом в целом. При рассмотрении данного вопроса обычно начинают с различных типологий.

Представление о роли интернет-коммуникаций нередко базируется на понимании *внутренних и внешних коммуникаций*. Эта типология зачастую распространяется и на виртуальное пространство, если подходить к нему как отдельно взятому предмету исследования. Проблема внутренних коммуникаций при выяснении сути гражданского общества, как правило, игнорируется, к ним относят прежде всего технические вопросы — администрирование, регистрацию, учет, координацию и т.п. Именно эти каналы взаимодействия зачастую обеспечивают связь общественной организации с отдельными гражданами, пусть даже по «незначительным» поводам. Например, к числу внутренних коммуникаций можно отнести довольно сложный и трудоемкий процесс привлечения волонтеров к той или иной общественно-полезной деятельности [6].

Многие примеры добровольного участия граждан в общественной деятельности свидетельствуют о том, что граждане намного охотнее проявляют свою гражданскую позицию в том случае, если не требуют от них требующего больших затрат времени участия. Можно не иметь ничего общего с «зеленым» движением, но время от времени участвовать в субботниках и очистке территории от мусора. Можно скептически относиться ко многим патриотическим организациям и консервативной идеологии, но с готовностью участвовать в шествиях, приуроченных к памятным датам (акция «Бессмертный полк») или помогать в реконструкции тех или иных исторических событий. Наконец, можно критически относиться к тому или иному изданию, но в случае теракта в отношении его сотрудников публично выражать поддержку редакции (акция «Я–Шарли»).

Чтобы обеспечить успех подобных акций, различные государственные и общественные структуры наращивают свое присутствие в соцсетях, инициируют петиции при помощи различных ресурсов. Такова, например, платформа change.org, которая по подсчетам ее администрации к концу 2016 г. насчитывала 175 млн пользователей.

Разовое, ситуативное привлечение граждан вне контекста деятельности организации является весьма сложной для исследования коммуникативной практикой. Изучение конкретных случаев нередко оборачивается смешением внутренних и внешних коммуникаций. Техническая сторона взаимодействия наполняется социальным смыслом, а иной раз и политическим содержанием. Тем не менее внутренние коммуникации сохраняют свою типологическую черту — максимальную отстраненность от непосредственной деятельности той или иной общественной структуры. И все же в результате подобных взаимодействий усиливаются горизонтальные связи между гражданами, что является качественной характеристикой делиберативного (взвешенного, ответственного) гражданского общества.

Следует отметить, что интернет-ресурсы гражданского общества способны к самоорганизации при условии, что коммуникативные отношения в рамках множества отдельных сегментов при сохранении видимых и достаточно четких границ остаются незамкнутыми, открытыми для внешних связей. Взаимодействие субъектов (отдельных индивидов, коллективов и организаций) в гражданском обществе достаточно динамично, довольно быстро образует сложную систему, в которой каждый субъект входит в десятки, а то и сотни объединений. В результате образуется многоуровневая квазиорганизация, которая, с точки зрения кибернетики, составляет структуру современного гражданского

общества [7]. Таким образом, взаимодействие граждан в информационном обществе пронизано кибернетическим мышлением, которое становится системообразующим фактором, определяющим не только форму, но и содержание гражданской активности субъектов социально-политической и экономической реальности.

Интернет-ресурсы общественных структур, как государственных, так и гражданских, в разной мере задействованы с целью реализации трех основных задач онлайн-коммуникации. Во-первых, онлайн-пространство организации должно обеспечивать свободный доступ граждан к информации, представляющей эту организацию в выгодном свете. Во-вторых, интернет-ресурсы должны предоставлять оптимальные возможности для взаимодействия как сотрудников организации между собой, так и граждан, в разной степени заинтересованных в деятельности организации. В-третьих, интернет-коммуникации, управляемые общественной структурой, в некоторых случаях должны побуждать к прямому или опосредованному участию граждан в деятельности таких структур.

Сетевая природа современного гражданского общества находит свое выражение в том, что один и тот же индивид может проявлять коммуникативную заинтересованность в интернет-ресурсах совершенно не похожих и даже противостоящих друг другу общественных структур [8]. И если доступ к информации является однонаправленным процессом, то взаимодействие и участие, которые обеспечиваются многочисленными коммуникативными ресурсами в сети, усиливают потенциал общества и его способность к согласованным действиям.

В техническом смысле интернет-коммуникации делают доступными дистанционно любые документы, в том числе законопроекты. Это значит, что ресурсы, обеспечивающие такую доступность, становятся необходимым условием максимально широкого обсуждения нормативной деятельности различных органов власти [9]. С их помощью в структуру гражданского общества включаются все заинтересованные в принятии определенного управленческого решения стороны. И с каждым новым техническим решением, направленным на обеспечение такой доступности и охвата, по-новому встает вопрос информационной безопасности онлайн-ресурсов. Вероятность злонамеренных манипуляций данными, уязвимость различных сегментов виртуального пространства актуализируют тему доверия к данным интернет-ресурсов.

С точки зрения взаимодействия, онлайн-ресурсы гражданского общества — это опосредованная коммуникация, опосредованная, во-первых, текстами и аудиовизуальным контентом, во-вторых, самой веб-технологией. В первом случае граждане сталкиваются с проблемой понимания и интерпретации передаваемой информации. Технологические ограничения (программная совместимость, наличие сети в удаленных районах, уровень технической подготовки граждан, наличие у них компьютерной техники) связаны с проблемой цифрового неравенства современного общества. Барьер в доступе к интернет-технологиям сохраняется в наиболее отдаленных географических точках и в среде незащищенных социальных групп. Подобные ограничения порождают гражданские инициативы по их устранению. Нередко волонтеры берут на себя обязанности по обучению пожилых людей компьютерным технологиям, помогают преодолеть страх перед ними. Проблемы понимания и интерпретации интернет-контента стимулируют развитие соответствующих областей знания

(компьютерная лингвистика, когнитивные науки, социальная информатика) и способствуют популяризации этих научных направлений, актуализируют переговорный процесс, диалог в обществе.

Цели и задачи, вокруг которых граждане группируются в интернет-пространстве, охватывают разнообразные социальные, идеологические, организационные и практические проблемы. Отдельным и весьма любопытным для изучения интернет-сегментом гражданского общества являются научные коммуникации. Хорошо развиты порталы, связанные с астрономическими наблюдениями, а также грид-вычислениями. В политике новые способы онлайн взаимодействия становятся дополнительным ресурсом мобилизации граждан на совместные действия. Причем эти технологии политического участия хорошо освоили не только либеральные сообщества, ориентированные на эксплуатацию последних достижений цифровой демократии. На примере отдельных краундфинговых проектов видно, что возможностями интернет-взаимодействия охотно пользуются консервативно настроенные граждане, которые, к примеру, сумели собрать значительную сумму для съемок киноленты «28 панфиловцев». О совместных действиях в сети договариваются соседи при объединении в товарищества собственников жилья и даже клиенты интернет-магазинов, обмениваясь скидками и планируя совместные покупки.

В ходе реализации общих целей граждане начинают участвовать в социальной и политической жизни общества. Переход от взаимодействия к участию происходит по мере того, как люди находят достаточно оснований, чтобы планировать совместные действия. Участие характеризуется наличием четкого алгоритма действий, согласованных в ходе достигнутого онлайн взаимопонимания.

Доступность, взаимодействие и участие — это ключевые характеристики интернет-ресурсов, обеспечивающих как внешние, так и внутренние коммуникации различных сегментов гражданского общества, которые напрямую зависят от компьютерной культуры граждан.

Интернет-коммуникации обладают таким мощным институциональным потенциалом, что смогли видоизменить процесс взаимодействия граждан с различными органами власти [10, 11]. Концепция электронного правительства, воспринимавшаяся еще в начале 2000-х годов скорее как красивая метафора, в России была реализована в форме Портала государственных услуг, который предназначен для оптимизации процессов регулирования в различных сферах социально-экономической жизни общества. С появлением различных форм электронного правительства государственные органы власти утвердились в роли субъекта, предоставляющего различные услуги. Повсеместная эксплуатация возможностей интернет-коммуникаций значительно снизила коррупционные схемы взаимодействия граждан с представителями власти, что, разумеется, является значительным шагом вперед. Впрочем, проблема соотношения электронного правительства и гражданского общества нуждается во внимательном изучении, т.к. взаимодействие граждан и организаций с «электронной властью» носит асимметричный характер, коммуникации зачастую одностороннены, их алгоритм жестко задан [12]. Эти обстоятельства позволяют скептикам говорить об угрозе злоупотреблений властью и произвола, вырождения электронного правительства в электронную тиранию, выстраивать образ будущего в жанре антиутопии.

Маркетинговые коммуникации онлайн нередко практикуют разнообразные скрытые технологии управления поведением пользователей интернета. Спектр технологий манипуляции покупателями уже сформировал целые отрасли прикладного знания: рекламные коммуникации, SMM, управление брендом [13–15]. В обществе потребления гражданские инициативы проявляются в виде различных акций, например, призыва покупать отечественную продукцию или бойкотировать товары, привезенные из стран, которые установили экономические санкции в отношении нашей страны. Стимулирование продаж различной продукции в немалой степени формирует способы коммуникации онлайн. Многие приемы продвижения товаров берутся за основу в пропаганде некоммерческих проектов. Например, практики социальной рекламы, зародившиеся в традиционных СМИ, в настоящее время уверенно завоевывают интернет-площадки.

В этой связи определенный интерес представляют вопросы сосуществования виртуальных и реальных взаимодействий [16, 17]. Насколько современное гражданское общество детерминировано виртуальными коммуникативными технологиями? Следует ли воспринимать эти технологии отдельно от традиционных видов гражданского взаимодействия (митинг, пикет, уличная акция, совместная работа на субботнике)? Насколько интернет-ресурсы смогли вытеснить или адаптировать традиционные СМИ? Очевидно, что ответы на эти вопросы не могут быть одинаковыми применительно к разным странам, культурам и тем более цивилизациям. Справедливо будет отметить тот факт, что динамика изменения роли интернет-ресурсов в жизни гражданского общества не может быть измерена линейно. Высокая концентрация средств контроля над информационным пространством в руках органов власти, по всей видимости, ведет к ослаблению возможностей электронной демократии. В то же время слабое регулирование онлайн-коммуникаций ведет к нарастанию энтропии, «белому шуму» и низкому уровню доверия к транслируемым сообщениям. Дистанция между этими двумя противоположными полюсами велика и вмещает сотни вариантов, зависящих от множества факторов.

ЛИТЕРАТУРА

1. АХМЕДОВ А. Э., ШАТАЛОВ М. А. **Информация в системе принятия оптимальных управленческих решений // Инновационные подходы к решению социально-экономических, правовых и педагогических проблем в условиях развития современного общества.** Материалы I международной научно-практической конференции. 2015. С. 202–205.
2. ЧИЖОВ Д. В. ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПАРТИЙ: ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ ЧЕРТЫ // ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЩЕСТВО. 2015. № 4. С. 46–61.
3. ВОЙНОВ Д. А. **Политические интернет-коммуникации: самоуправление vs контроль** // Век качества. 2016. № 1. С. 48–57.
4. ВОЙНОВ Д. А. **Креативность интернет-коммуникации как способ индивидуального политического участия граждан** // Вестник РУДН. Серия Политология. 2012. № 1. С. 117–126.
5. ДАВЛЕТОВА Л. Р., КАБАШОВА Е. В. **Развитие информационного общества в Российской Федерации** // Развитие современного государства в аспекте социально-экономических реформ. Материалы международной научно-практической конференции. 2012. С. 73–74.
6. ФИЛАТОВА О. Г. **Интернет-технологии политической мобилизации в современной России** // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС. 2014. Т. 10. № 4. С. 57–67.
7. ГРАЧЕВ М. Н. НОРБЕРТ **Винер и его философская концепция** // Общественные науки и современность. 1994. № 6. С. 119–126.
8. УРАЗОВА С. Л. **Социальные сети как форма общественного диалога и массовых коммуникаций** // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2016. Т. 150. № 2. С. 26–33.

9. ОПОЛЕВ П. В. **Особенности политической коммуникации в современном медиaprостранстве** // Альманах современной науки и образования. 2016. № 2 (104). С. 99–102.
10. МХИТАРЯН Ю. И. **Государственное регулирование качества инфокоммуникаций и развитие гражданского общества** // Век качества. 2013. № 4. С. 16–20.
11. ЧИГАСОВА П. А. **Электронное правительство в политико-административном управлении США** // Социология власти. 2010. № 5. С. 187–194.
12. ТРАХТЕНБЕРГ А. Д. **Электронное правительство и электронные услуги: операционализация административной идеологии и тактики граждан** // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук. 2016. Т. 16. № 2. С. 63–79.
13. БЫКОВА Е. В. **SMM — эффективный инструмент продвижения в цифровую эпоху PR** // Российская школа связей с общественностью. 2015. Т. 7. С. 84–89.
14. ХАРЛАМОВА И. Ю. **Продвижение при помощи вирусного маркетинга** // Современные информационные технологии. 2009. № 10. С. 92–94.
15. BODRUNOVA S. S., LITVINENKO A. A., GAVRA D. P., YAKUNIN A. V. **Twitter-based discourse on migrants in Russia: the case of 2013 bashings in Biryulyovo** // International Review of Management and Marketing. 2015. Т. 5. С. 97–104.
16. БОЧАРОВА Т. А., БЛЯХЕР Л. Е. **Виртуальность как элемент повседневности** // Вестник Тихоокеанского государственного университета. 2013. № 4 (31). С. 255–262.
17. ДУЛИНА Н. В., АНУФРИЕВА Е. В. **Киберсоциализация молодежи: настоящее и будущее** // Социально-гуманитарный вестник Прикаспия. 2016. № 1 (4). С. 96–98.