

Дуняева Мадона Муразовна

ИНТЕРНЕТ КАК СРЕДСТВО ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2009/12-2/12.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2009. № 12 (31): в 2-х ч. Ч. II. С. 40-41. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2009/12-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

ИНТЕРНЕТ КАК СРЕДСТВО ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

*Дуняева Мадона Муразовна
Томский государственный университет*

Интернет – неизменный атрибут современной политики. Однако, люди не вполне целесообразно научились использовать возможности данного технологического феномена, способного формировать политическую реальность и одновременно вовлекать их во взаимоотношения с властью. В современных условиях Интернет становится одним из эффективных способов влияния внешней социально – экономической среды на политику¹.

Политические коммуникации в интернете развивается столь же стремительно как и сеть в целом. Становятся популярными сервисы блогов известных политиков, социальных сетей сторонников различных партий.

Р. Ж. Шварценберг: «политические коммуникации – это процесс передачи политической информации, благодаря которому она циркулирует от одной части политической системы к другой; от политической системы к социальной»². Для того чтобы это определение было рабочим, необходимо учесть символическую составляющую политических коммуникаций. Прежде всего, здесь речь идет о природе политических текстов, представляющих собой послания, олицетворяющие и обобщающие властные значимые смыслы политических явлений. Именно за счет символической нагрузки текстов человек способен идентифицировать себя как политического актора, освоить определенные функции в политическом пространстве. По А. И. Соловьеву символические представления формируются у людей четырьмя способами: путем использования мифологических образов, опорой на религиозные фреймы, за счет идеологического восприятия мира политики, а также произведенные за счет рекламных технологий. Таким образом, символические представления дают возможность человеку воспринимать, оценивать и обсуждать социальные проблемы как политические, мыслить в политических категориях, отличать союзника от противника.

К средствам политической коммуникации принято относить ТВ, радио, печать, а с недавних пор и Интернет. Если традиционные средства политической коммуникации требовали личного контакта с избирателями, сейчас же такие свойства сети, как анонимность, отсутствие цензуры, оперативность - выдвигают на первые роли Интернет – технологии.

По словам А. А. Чеснокова «начинается формирование нового обширного канала политической коммуникации, динамика развития которого может перевернуть представления, как о характере обеспечения политической деятельности, так и о традиционных инструментах политического участия»³. Неуклонно растущее количество Интернет – пользователей, удобство доступа и разнообразие ресурсов сети заставляет политические организации заняться освоением Интернет как нового средства массовой коммуникации.

О необходимости серьезно воспринимать возможности Интернет коммуникаций говорят эмпирические факты: по данным фонда «общественное мнение» на начало 2008 года, количество Интернет пользователей в России увеличилось на 20%, и уже каждый четвертый житель страны является интернет-пользователем⁴. Причем в основном это избирательная часть населения с высшим и незаконченным высшим образованием.

Однако, важную роль играет не столько количество пользователей, сколько их доверие к представленной информации на просторах виртуального пространства глобальной сети. Пока оно значительно уступает ТВ, радио и печати. Это связано, в большей части, с молодостью данного вида коммуникации⁵. И уже, большинство политических деятелей используют Интернет в качестве средства для агитационно–пропагандистской деятельности.

Об Интернете говорят часто как о форме контроля над сознанием и поведением людей. Применимые формы и методы информирования, в сущности, направлены на исключительное конструирование политических процессов (политических реакций, запросов населения, запросов самих политических деятелей)⁶.

Таким образом. Политические структуры, не имеющие такого информационного сопровождения своих проектов, утрачивают позиции и, в следствие, сокращают свое влияние на процесс принятия политических решений⁷. Благодаря возможности эффективно осуществлять информационное воздействие, политические деятели и партии освобождают людей от груза ответственности и делают их поведение максимально прогнозируемым и управляемым.

Каким же образом Интернет устанавливает контроль над сознанием? Ответ на этот вопрос не однозначен в силу малой изученности этой проблемы. Однако, большая часть ученых соглашаются с тем, что в эпоху информационного общества большая часть населения отдает свои политические предпочтения, основываясь на не рациональном, а на эмоциональном выборе (симпатии/антипатии). В качестве универсальной манипулятивной технологии, которая используется в массовых информационных процессах, нужно выделить фор-

¹ Соловьев А. И. Политические коммуникации. М., 2003. С. 265.

² Вершинин А. С. Политические коммуникации в информационном обществе. М., 2001. С. 51.

³ Там же. С. 77.

⁴ Медведев И. А. Отчуждение в информационном обществе // Вестник МГУ. 2008. № 1. Сеп. 18. С. 185.

⁵ Ядрышников Е. В. Политические коммуникации в сети Интернет // Там же. № 5. Сеп. 12. С. 86

⁶ Макарян Д. Интернет как инструмент международной политики // Там же. № 1. Сеп. 18. С. 171.

⁷ Соловьев А. И. Политические коммуникации. М., 2003. С. 267.

мирование и распределение образов¹. Образ, созданный на просторах глобальной сети является вымышленным, виртуальным, симулятивным. Однако простым человеком он воспринимается как реальный. Размывание границ реального и виртуального и есть основная задача политтехнологов, которые продвигают свой «товар», в качестве которого выступают какой – либо политический субъект.

При создании политических образов в Интернет главную роль играет семиотическое составляющее. В связях между людьми преобладают символьные посредники: не столько вещественные и реальные объекты, сколько выдуманные. Люди общаются с виртуальными образами с помощью информационных символов². Символы – это сфера бессознательного, и их правильное использование служит главной «волшебной палочкой» в конструировании виртуальных политических образов. Поэтому информация, представленная в сети, формирует и надолго закрепляет в сознании пользователя устойчивые представления о том или ином политическом деятеле, партии, организации и т.д.

Учитывая, что Интернет является практически неисчерпаемым информационным ресурсом, его можно использовать во всех формах деструктивного информирования (дезинформация, фальсификация сведений) для манипулирования сознанием масс. Данные приемы активно используются политическими партиями, деятелями в своих предвыборных кампаниях в борьбе с оппонентами. Популярность Интернет сопровождается конкуренцией, борьбой субъектов политики за киберпространство, за обладание сознанием интеллектуального приверженца сети³. Последние серии федеральных и региональных выборов поставили перед российскими партиями задачу более серьезно относиться к возможностям Интернет. Однако по данным рейтинга, который составляется по уровню развития «электронного правительства», Россия в 2005 году занимала 52-ое место, а в 2008 году – 72-ое⁴. Отсюда следует вывод, что Россия не пользуется коммуникативным потенциалом Интернет, более того, в других странах идет прогресс в этом плане, а в нашем государстве, судя по цифрам - регресс.

Отношение власти к коммуникациям в сети неоднозначно. С одной стороны, формируется новый механизм осуществления власти, Интернет существенно увеличивает количество людей, которые влияют на власть. С другой стороны, у власти появляется дополнительная возможность контролировать население, с помощью формирования положительного виртуального образа власти в глазах населения⁵.

По словам В. Лапкина «Интернет – это пространство внеинституциональных коммуникаций». А распространение Интернет – культуры способствует скорее деинституционализации политического сознания россиян. В связи с этим, по мере увеличения роли Интернет как посредника между властью и гражданами значительно уменьшается роль традиционных политических акторов. При всем этом, нужно отметить, что сеть – это пространство политической свободы в смысле отсутствия политической подконтрольности всего виртуального поля, в отличие от других средств массовой информации, Интернет ничего не навязывает, а лишь предлагает. Так, как пользователь сам выбирает источников и информацию к которой он обращается. Ему в этом помогают поисковые системы.

Каким образом составить информационное сообщение о политике (партии), и, как сконструировать его виртуальный образ, зависит от конкретной ситуаций. Но существуют 2 универсальных, главных правила, которыми должен руководствоваться политтехнолог в ходе своей работы:

- публика Интернет более востребована к качеству материала. Следует учесть, что пользователь у экрана компьютера более внимательно вчитывается к сообщению;
- скорость чтения у пользователя выше, чем при чтении газет. Следовательно, нужно максимально сократить сообщение, при этом сделав его наиболее информативным⁶.

Если говорить о методах оценки информации, то их существуют количественные и качественные: количественные – это отслеживание количества просмотров / комментариев, которое происходит за счет подсчета «кликов»; качественные – это чаще всего контент – анализ, т.е. разбор текста.

В заключении хочется отметить, что политический потенциал Интернет еще не до конца понят и освоен. Однако, политические коммуникации в сети нужно совершенствовать и развивать, чтобы политические ресурсы соответствовали желаниям и настроениям целевых аудиторий, предлагая новые коммуникационные решения и способы обратной связи. Растет количество тех, кто убежден в коммуникативном преимуществе Интернет по сравнению с традиционными средствами массовой коммуникации – это дает новый импульс развитию взаимодействия между властью и обществом.

¹ Артихина Е. В. Информационное воздействие как основа властных отношений // Вестник МГУ. 2008. № 1. Сеп. 18. С. 167.

² Там же.

³ Вершинин А. С. Политические коммуникации в информационном обществе. М., 2001. С. 78.

⁴ Электронное правительство в России [Электронный ресурс]. URL: <http://www.regnum.ru/news/1124068.html>.

⁵ Михайлов С. В. Интернет как социальное явление. Ульяновск, 2003. С. 21.

⁶ Вторая Всероссийская научно-практическая конференция: «PR». 2006. С. 132.