

## ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИЯ КАК СРЕДСТВО МОБИЛИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА

Ефремова А.А.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет», Ростов-на-Дону, Россия (344000, Ростов-на-Дону, пл. Гагарина, 1), e-mail: efremias@gmail.com

В статье рассматривается информационное взаимодействие как новая форма коммуникации, дан анализ существующих форм и видов интернет-коммуникации. Показано, что общение в виртуальной среде интернет-технологий делает коммуникацию трансграничной, происходит с помощью своеобразного дискурса, сформировавшегося в компьютерных сетях, опирается на свои нормы, запреты, эмоциональную атмосферу, формирует особый стиль общения и коммуникативные нормы. Феномен мобилизации общества посредством сети Интернет достаточно хорошо изучен в политике, но не в области массового спорта. Автором было проведено экспертное интервью с ведущими спортивными журналистами России об общественных мероприятиях в области массового спорта. Были проанализированы пути распространения информации о забегах, степень участия в подобных мероприятиях и необходимость СМИ освещать данные мероприятия.

Ключевые слова: интернет-коммуникация, коммуникативные нормы, экспертное интервью, общества мобилизация, массовый спорт.

## INTERNET COMMUNICATION AS A TOOL OF SOCIAL MOBILIZATION

Efremova A.A. <sup>1</sup>

<sup>1</sup> Don State Technical University, Rostov-on-Don, Russia (344000, Rostov-on-Don, Gagarin square, 1), e-mail: efremias@gmail.com

The article deals with communication as a new form of communication, the analysis of the existing forms and types of Internet communication. It is shown that communication in the virtual environment of Internet technology makes communication cross-border, occurs with a kind of discourse that arose in computer networks, relies on its own norms, prohibitions, emotional atmosphere, creates a special style of communication and communication norms. The phenomenon of social mobilization through the Internet is well researched in policy, but not in the field of mass sports. Author has held expert interviews with leading sports journalists of Russia about social events in the field of mass sports. Ways of disseminating information about races, the degree of participation in such events and necessity for media to cover these activities were analyzed.

Key words: Internet communication, communication norms, experts interviews, social mobilization, mass sports.

**Введение.** В последние годы общение в форме виртуальной коммуникации все чаще входит в нашу жизнь и заменяет реальную коммуникацию, формирует новую сферу информационного взаимодействия, приводит к возникновению новых видов отношений. Общение перестает быть привязанным к местоположению собеседников, происходит переход от односторонней к двухсторонней модели коммуникации. При этом интернет-технологии делают коммуникацию трансграничной. В условиях виртуального общения формируются группы, члены которых обладают схожими ценностями и идеалами; они выражают собственные интересы и готовы их отстаивать.

Официально рождение Интернета было провозглашено в 1969 г., более 40 лет тому назад. За этот промежуток времени информационные технологии быстро развалились, и влияние Интернета на ход цивилизационных процессов оказалось очень мощным.

Больше всего создание Интернета повлияло на коммуникацию. Общение в виртуальной среде происходит с помощью своеобразного дискурса, сформировавшегося в компьютерных сетях, опирается на свои нормы, запреты, эмоциональную атмосферу[3].

**Интернет-технологии общения.** Благодаря появлению новой технологии Веб 2.0 возникла возможность создавать сайты с более сложной структурой, где пользователи могут регистрироваться, наполнять страницы контентом, проверять информацию. Такая структура создания веб-страниц послужила причиной возникновения социальных сетей.

У каждого зарегистрированного пользователя социальной сети есть личное пространство, в котором он может делиться фото-, видео- и аудиоматериалами. Так, 29 декабря 2016 года социальная сеть анонсировала новую функцию, называемую «Истории», - короткий рассказ в виде фотографии или видео о том, что происходит с пользователем в режиме реального времени. С появлением интернет-технологий общения людям стало проще «объединяться в группы по интересам, совместно публично обсуждать интересующие их вопросы и принимать коллективные решения»[2]. Но главным, базовым процессом остается коммуникация между индивидами.

Общение в сети происходит в условиях массовой коммуникации и имеет свои особенности в отличие от традиционного прямого общения в жизни. Особенно прочно Интернет занял лидирующие позиции в структуре виртуального общения современной молодежи. Сегодня невозможно представить студенческую аудиторию без нетбуков, мобильных телефонов и прочих устройств, позволяющих в любом месте быть в сети. С развитием интернет-коммуникации и социальных сетей, у молодежи значительно увеличилось количество друзей и частота дружеских практик, независимо от их местоположения и языка, активное общение идет в англоязычных социальных сетях (Facebook, Twitter, MySpace и др.), создаются персональные блоги, проводятся вебинары. Подобные формы общения позволяют чрезвычайно быстро решать «горячие» вопросы и поэтому становятся все более популярными.

Интернет-коммуникации – это такие методы общения, при которых передача информации происходит по каналам Интернет с использованием стандартных протоколов обмена и представления информации в различной форме – голос, видео, документы, мгновенные сообщения, файлы.

Интернет-коммуникация имеет ряд характерных особенностей как положительных, так и отрицательных. К положительным можно отнести возможность одновременного общения большого числа людей из разных частей света, относящихся к разным культурам; к отрицательным – потерю значения невербальных средств, снижение эмоционального компонента и психологического риска в процессе общения, анонимность. Физическое

отсутствие участников коммуникации приводит к тому, что чувства можно не только выражать, но и скрывать, равно как и можно выражать чувства, которые в данный момент человек не испытывает. Вследствие анонимности и безнаказанности в сети проявляется и другая особенность, связанная со снижением психологического и социального риска в процессе общения: аффективная раскрепощенность, ненормативность и некоторая безответственность участников общения.

**Виды интернет-коммуникации.** Интернет-коммуникация – это, прежде всего, поток внимания и поведения активной аудитории пользователей. Ученые выделяют несколько наиболее распространенных типов коммуникации [6]. К их числу относят:

1. Человек – компьютер: позволяет получать информацию независимо от физического расположения источника информации, посылать и сохранять информацию на этом компьютере. Интернет выступает своеобразным депозитарием информации. В качестве приемника и передатчика информации может выступать планшет или смартфон.

2. Человек – человек: пользователь может вступать в коммуникацию с любым другим пользователем и осуществлять все виды передачи информации: с помощью текста (электронная почта), голоса (интернет-телефония) и изображения (видеотелефон, конференция или вещание в Сети).

3. Один человек – много людей: традиционный тип массовой коммуникации, информация посылается большому числу людей одновременно. Интернет глобализует и удешевляет этот тип коммуникации. В качестве депозитария информации Интернет вводит «пригласительный» аспект, т.е. позволяет создавать архивы, которые могут быть использованы при желании огромным количеством людей.

4. Много людей – один человек: позволяет собирать информацию от многих людей и систематизировать ее.

5. Много людей – много людей: одновременное общение огромного количества людей по всему миру.

**Эффект мобилизации общества.** Именно благодаря Интернету коммуникация вида «один человек – много людей» стала популярной и часто используемой. В Сети появилась возможность отправить сообщение не конкретному адресату, а сразу группе людей, используя блоги, социальные сети и видеохостинги.

Некоторые исследователи утверждают, что именно информационные технологии, Интернет и социальные сети в частности, стали одним из ключевых мобилизационных ресурсов событий «Арабской весны» 2010-2011гг. Сначала волна протестных движений захлестнула Тунис, где использовались как традиционные ресурсы мобилизации общества, так и социальные медиа. В результате революционных настроений в обществе свою власть

утратил президент Туниса Зин эль-Абидина Бен Али. Затем волнения перекинулись на Египет: «на улицы вместе с беднотой вышел местный средний класс – образованные молодые люди, имеющие доступ к Интернету. Глобальная сеть стала средством мобилизации демонстрантов и организации протестных волнений. Тем самым проявилась тенденция возникновения своего рода оппозиционной солидарности у молодого поколения пользователей социальных сетей по всему миру»[1].

Опыт использования новых медиа для мобилизации общества есть и в России. Так после выборов в Государственную Думу в конце 2011-начале 2012 года массовые политические движения граждан были организованы с помощью социальных сетей: «Присутствие в Сети позволяло оперативно координировать свои действия, общение в Twitter или Facebook создавало у людей чувство сопричастности, а выкладывание фотографий или видеороликов обеспечивало эффект присутствия»[4]. Однако феномен мобилизации общества, т.е. возможность собрать большое количество людей одновременно с помощью новых технологий, достаточно хорошо изучен в политике, но не в области массового спорта.

**Экспертное интервью.** С точки зрения социальной психологии утверждение о том, что Интернет оказывает глубокое влияние на процесс деятельности людей, создает интересный парадокс: как среда, которая изолирует индивида, вдохновляет сообщество? Ранняя социально-психологическая теория утверждала, что общение через социальные сети уменьшает количество коммуникаций и тем самым подрывает социальные и нормативные воздействия на отдельные лица или сообщества, – таким образом, Интернет является индивидуалистической средой. С одной стороны, это приводит к неуправляемому и экстремальному поведению. С другой стороны, уравнивает статус участников и иерархию власти в группе, которая обычно присутствует в оффлайн-сообществе. Так, в благотворительном забеге Натальи Водяновой и Полины Киценко «Обнаженные сердца» использовалось большое электронное табло, где фамилия каждого участника была наравне с организаторами и знаменитостями. Первые забеги на дистанции различной длины впервые состоялись 16 мая 2015 года в Москве. В них приняли участия около 1500 человек, было собрано 10 миллионов рублей. Спустя год на забег пришли уже более 10 тысяч человек. Им удалось собрать 37 миллионов рублей[5]. Необходимо отметить, что для мобилизации общества использовались социальные сети (преимущественно Facebook).

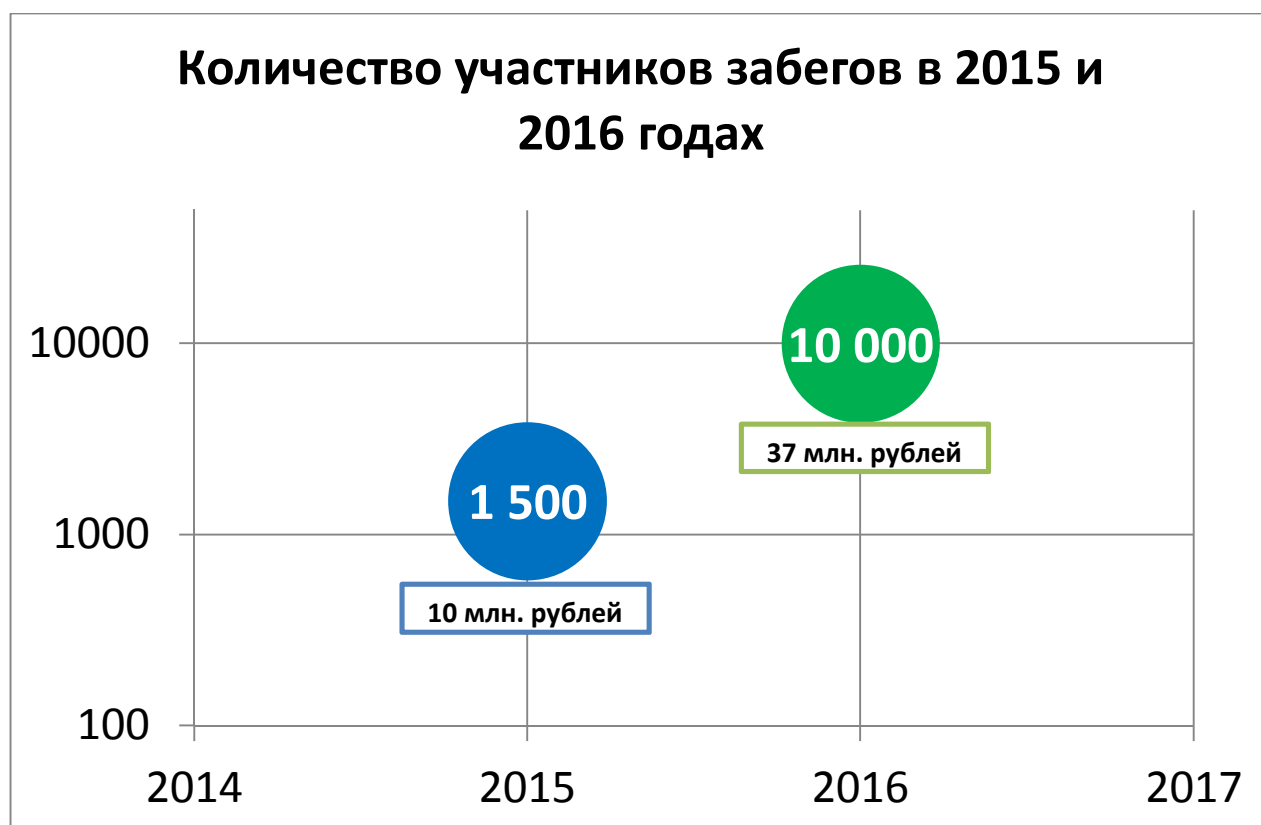


Рис. 1. Количество участников забегов и собранные средства  
в 2015 и 2016 годах

По результатам проведенного исследования, в котором приняли участие ведущие спортивные журналисты России (Сергей Гилев, глава социальной редакции «sports.ru» (с 2008 по 2016 гг.); Виталий Суворов, глава международной социальной редакции «sports.ru», автор «sports.ru»; Владислав Воронин, глава отдела новостей, автор «sports.ru»; Роман Сприкут, глава SMM-сообществ NBA в России, автор «sports.ru»; Дмитрий Занин, корреспондент «Матч-ТВ»; Наталья Кларк, комментатор sideline «Матч-ТВ»); был проведен анализ ответов респондентов в трех направлениях: является ли бег спортом, как нужно распространять информацию о массовых спортивных мероприятиях, как их нужно освещать.

Большинство респондентов считают, что массовые забеги и марафоны – это не спорт высших достижений, это скорее здоровый образ жизни, физкультура. Кроме того бег – это сила воли и преодоление; как правило, это еще и возможность отдать деньги на благотворительность. Многие отметили преимущество бега перед остальными видами спорта: «бег – это один из тех видов спорта, который доступен каждому человеку», «бег – это очень классный вид спорта, который можно, в принципе, совершать где угодно: хоть на тротуаре, хоть в лесной чаще, – он легко доступен, и это здорово».

Каждый из респондентов отмечал, что получал всю информацию о различных массовых спортивных мероприятиях из социальных сетей (рис.2): «Обычно это публикации

каких-нибудь новостных сайтов в Facebook'е, многие друзья рассказывают фотографиями: я собрался пробежать то, я собрался пробежать это», «узнаю от моих коллег в социальных сетях, они любители этого: Ирина Шадрина (бывшая телеведущая «России-2», «Матч-Тв»), Таш Саркисян (бывший главный редактор Дирекции спортивных трансляций канала «Матч ТВ»)), «часто вижу баннер во Вконтакте», «99 % – это лента Facebook'а, плюс Instagram Маши Командной (главный редактор портала о здоровом образе жизни «The Challenger») или что-то в этом духе», «Facebook в первую очередь, потому что там приходят приглашения на мероприятие».



Рис. 2. Источники информирования спортивных журналистов о различных забегах

Со своей профессиональной точки зрения многие из журналистов на вопрос об освещении массовых спортивных мероприятий говорили о том, что писать о них в традиционных СМИ смысла нет: «им достаточно своих сил, они отлично управляют в соцсетях», показ трансляции – это слишком скучно. Если рассказывать про такие события, то только с помощью блога или истории о любителях: «там всегда есть куча красивых девушек, и там всегда есть куча фриков (люди в необычных костюмах, с нетипичной прической). Девушки и фрики. То есть красота и необычное. Так можно привлечь внимание картинкой».

На вопрос о степени участия в подобных мероприятиях ответы были следующими: лишь один респондент из шести принимал участие в организации массового спортивного мероприятия, одна треть всех опрошенных принимала участия в забегах.

**Выводы.** Интернет-технологии все сильнее проникают в нашу жизнь, изменяя процесс коммуникации. Социальные сети сегодня важны не только для обеспечения деловых

связей, организации личных контактов, образования, досуга. Интернет-взаимодействие вида «один человек – много людей», существующее благодаря блогам, видеохостингам и социальным сетям, становится основным структурным элементом мобилизации общества как в политике, так и в области массового спорта. Но если общественные волнения и политические митинги, созданные благодаря интернет-технологиям, уже достаточно хорошо изучены, то мирные акции, массовые спортивные мероприятия, одно из которых собрало в прошлом году 10 тысяч человек, – еще недостаточно. В связи с этим автор провел экспертное интервью с ведущими спортивными журналистами России и выяснил, что все респонденты узнавали о различных забегах только из социальных сетей посредством новостей из сообществ, фотографий от друзей и рекламных баннеров. По мнению журналистов, бег – это спорт не высших достижений, который относят к категории здорового образа жизни. Также опрошенные отмечают позитивный тренд массовых мероприятий, но говорят о том, традиционные материалы в СМИ для освещения забегов, марафонах не подходят, «им достаточно своих сил» и «было бы интересно подать это через историю любителя в блоге». Таким образом, мы видим новую функцию интернет-коммуникации – мобилизацию общества. Интернет объединяет как профессиональных спортсменов, так и просто любителей спорта. Массовые спортивные мероприятия сближают, позволяют чувствовать нужность, вовлеченность в общее дело.

#### **Список использованной литературы.**

1. Алешкевич Д. События в Северной Африке и на Ближнем Востоке в декабре 2010 – марте 2011 гг. через призму ведения информационной войны - URL: <http://enews.md/articles/view/1191/> (дата обращения: 28.01.2017).
2. Баранов В. Н. Социальные сети // Транспортное дело России Выпуск №12/2010. – С. 232
3. Бирюкова Е. А. Интернет-коммуникация как средство межкультурного общения: жанровые и языковые особенности // Язык. Словесность. Культура. 2014. № 6. - С. 75-98.
4. Мельник Г. С. Новые (тактические) медиа как структурный компонент мобилизационных технологий // Гуманитарный вектор. Серия: История, политология. Выпуск №3 (39) / 2014. - С. 130-135.
5. Пресс релиз. «Бегущие Сердца». - URL: <http://runninghearts.ru/?press> (дата обращения: 28.01.2017).
6. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика: Учеб. пособие. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Дело, 2006. - 552 с. (С. 388-391).
7. Шевцова В.М., Петровская О.А. Формы интернет-коммуникации в студенческой среде // Материалы VII Международной студенческой электронной научной конференции

«Студенческий научный форум». - URL: <http://www.scienceforum.ru/2015/1052/9350> (дата обращения: 28.01.2017).