

Коммуникации и общество

ЗАКИРОВА Адэлия Жамилевна – соискатель Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н.А. Добролюбова (603155, Россия, г. Нижний Новгород, ул. Минина, 31а; adeliya-reim@mail.ru)

ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ В МЕЖЭТНИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

Аннотация. В статье рассматривается проблема влияния интернет-технологий на процессы межэтнического взаимодействия, на содержание и направленность межэтнической коммуникации. Глобальная сеть предоставляет неограниченные возможности для поиска информации о культуре народа, изучения языка, общения с представителями различных этносов как в рамках одного государства, так и на уровне международных отношений. При этом Интернет стирает границы этнокультурной идентичности, унифицируя информацию с помощью виртуальной системы кодирования.

Ключевые слова: Интернет, виртуальная реальность, межэтническая коммуникация, этничность, экстремизм

Современная цивилизация характеризуется огромными потоками информации во всех сферах общества. Стоит отметить, что проблема межкультурной коммуникации в сети Интернет является крайне актуальной, однако, к сожалению, мало изученной. Оценивать ее однозначно было бы ошибкой, поскольку Интернет предоставляет возможности как для развития межэтнического взаимодействия, так и, наоборот, противоречит феномену этничности и может служить инструментом и полем для эскалации межкультурных конфликтов. Актуальность этой темы также обуславливается тем, что российская интернет-аудитория растет быстрыми темпами: по данным Левада-Центра число активных пользователей в масштабах страны удвоилось за последние 3 года [Волков, Гончаров 2014: 10].

В первую очередь стоит отметить, что виртуальная сеть совмещает в себе ряд таких характерных моментов, как альтернативное социальное пространство [Соколова 2013: 61], наполненное своими образами и символами (Ж. Бодрийяр, Г.М. Маклюэн, Р. Барт, Н. Луман, М. Кастельс); предельная степень визуализации символических структур (Г. Бехманн), способствующих сохранению и усилению влияния образов виртуальной реальности; утверждение особых форм коммуникации (А.П. Моисеева, О.А. Мазурина). В данной социальной системе не важна реальная форма существования того или иного предмета или явления, существенно лишь то, как они изображаются в виртуальности. Эта система, по сути, изначально является искажением феноменов существующей реальности: в виртуальном пространстве индивид сталкивается не с самим феноменом, а с его образом (изображением). Кроме того, предоставляя индивиду неограниченный доступ к информации, а также демонстрируя большое число альтернативных точек зрения, новые цифровые технологии размывают границы традиционных национальных культур, затрудняя возможность их влияния на мировоззренческие установки человека, унифицируя его жизненный мир в русле ценностей массовой (транснациональной) культуры. Виртуализация коммуникативного пространства усложняет процессы формирования мировоззренческих установок индивида, размывает основания культуры этнических групп.

Изначально Интернет открывает большие возможности для осуществления межэтнической коммуникации, располагая информационными ресурсами, связанными с разными культурами. Благодаря интернет-технологиям возможна постоянная связь как между представителями различных культур, так и людьми, представляющими одну культуру, но находящимися на дальних расстояниях друг от друга. В то же самое время роль традиционных социальных сообществ, таких как этнические группы, в Интернете снижается, свое влияние сохраняют лишь те, кто смог принять правила виртуальной сети и адаптировать свой социокультурный код к системе кодирования новой системы [Алексухин 2003: 505]. Здесь подразумевается активное размещение и постоянная актуализация информации о

настоящей и виртуальной жизни этнической группы, развитие блогосферы, привлечение новых участников и т.п. Другими словами, должна создаваться иллюзия того, что этническая группа существует не только в реальности, но и в виртуальном пространстве.

Стоит отметить также, что система Интернет придает транснациональный характер миграционным процессам, которые в настоящее время находятся на стадии активного развития, что приводит к учащению межэтнических контактов, обуславливая связь между мигрантами и их соотечественниками, оставшимися на их родной земле. Социокультурные факторы этничности, выполняющие роль механизмов трансляции этнокультурного опыта поколений и осуществления межкультурной коммуникации, в Интернете теряют свое значение. Традиции, обычаи, обряды, проходя сквозь призму виртуальной реальности и будучи зафиксированными либо в письменной, либо в визуальной форме, функционально теряют силу эмоционального воздействия, обусловленного их перформатизацией при непосредственном межличностном контакте, и принимают искаженную форму. В виртуальной реальности они являются не чем иным, как символами и образами, запечатленными с помощью системы кодировки, характерной для Интернета и принципиально отличающейся от кодов существующей реальности. Они не исчезают, но ослабевают, если не кодируют себя вновь. При этом многократные трансформации в короткие промежутки времени приводят к изменениям не только в ментальных конфигурациях, но и в структурах прошлого опыта [Корытникова 2007: 92], нарушая таким образом цепь преемственности. В виртуальной сети исчезают сами ситуации, при проигрывании которых в повседневной жизни представитель того или иного этноса становится участником перформатизации традиций и обычаев.

Особо стоит отметить тот факт, что роль языка в системе Интернет изменяется в меньшей степени – начиная с возможности использовать национальные языки в поисковых системах и на информационных ресурсах и заканчивая языками национальных меньшинств, которые используются представителями этнических групп в виртуальной коммуникации, зачастую с помощью методов транслитерации. Даже в сети Интернет язык продолжает нести функцию сохранения и передачи социокультурного опыта этнической группы.

Однако виртуальная реальность является благодатной почвой и для развития интернет-экстремизма, а также для пропаганды националистских идей и провоцирования межэтнических и межрелигиозных противостояний, поскольку процесс контроля за размещением подобной информации крайне сложен или практически невозможен. Ярким примером этого явился провокационный фильм о пророке Мухаммеде, который вызвал яростное негодование у мусульман всего мира. Стоит отметить, что данный материал существовал только в интернет-реальности, при этом он был доступен большей части мирового сообщества.

В условиях глобализации национальное государство теряет монополию на формирование информационных потоков, у граждан и общественных организаций появляется возможность стать активными участниками политического процесса [Семенов 2008: 158]. Более того, с активным развитием блогосферы и социальных сетей (*Web 2.0*) происходит диверсификация источников информирования, у индивида появляется возможность создавать собственные информационные продукты, в частности с разной этнонациональной направленностью – от индифферентных по отношению к любой культуре до провокационно националистских. Кроме того, функционирование социальных сетей предоставляет ресурсы для развития феномена неотрайбализма, однако, как подчеркивают ученые, формирующиеся в Интернете объединения часто стихийны и нестабильны и в связи с этим существуют относительно недолго [Бондаренко 2011: 169].

Стоит отметить, что на данный момент цивилизационного развития Интернет в большей степени оказывает влияние на жителей развитых и развивающихся стран, поскольку народы, находящиеся на примитивной стадии развития культуры и отличающиеся социальной замкнутостью, находятся вне этой системы.

Кроме того, особую популярность система Интернет имеет среди молодого поколения. Из показателей опроса 2013 г. видно, что среди молодежи в качестве

основного источника информации глобальную сеть выбирают 77,4% опрошенных [Фельдштейн 2013]. По данным исследований динамики ценностного сознания молодежи, проводимого НГЛУ им. Н.А. Добролюбова с 2006 г., решающим фактором социальной среды, оказывающим определяющее влияние на ценностные ориентации преобладающей части молодежи, являются СМИ и Интернет. Результаты опроса показали, что предпочтения молодежи в выборе источника информации распределились следующим образом: радио – 7%, газеты – 5,5%, телевидение – 39,5%, Интернет – 48% [Ценностные ориентации 2007: 71, 112, 237].

Согласно данным опроса в 2011 г. эти показатели претерпели существенные изменения. Так, на выбор радио в качестве источника политической информации указали 3,5% опрошенных, газет – 9,2%, телевидения – 25,5%, Интернета – 61,7% [Савруцкая, Устинкин 2011: 96].

Также необходимо затронуть и вопрос конвергенции традиционных СМИ в систему Интернет. В данном случае посредством глобальной сети массмедиа обладают возможностью способствовать как формированию толерантности, так и, напротив, развитию межэтнической напряженности посредством утверждения негативных этнических стереотипов, низких стандартов культуры, нагнетания ксенофобии [Савинова 2008: 199]. Это происходит с помощью сообщения специально отобранных фактов о жизни этносов, создания и распространения этнических образов, конструирования негативных этнических идей, использования конфликтной лексики, ксенофобных, агрессивных изобразительных средств [Малькова 2006: 52-57]. Можно с уверенностью заявить, что электронные СМИ, так же как и печатные, в значительной степени способствуют формированию массовых представлений людей в области межэтнических отношений.

Таким образом, система Интернет играет значительную роль в развитии межэтнических взаимодействий в рамках современной информационной цивилизации. С одной стороны, глобальная информационная сеть предлагает практически неограниченные возможности для выстраивания и ведения общения, несмотря на огромные расстояния, позволяя мигрантам не терять связь со своими родными. Кроме того, Интернет позволяет найти информацию о любой культуре, традициях, обычаях, обрядах, языке. Между тем нельзя не отметить и того, что фактор этничности как таковой «стирается» в рамках информационной сети. Исчезает аспект непосредственного участия и эмоционального воздействия, социокультурные механизмы преемственности шифруются с помощью кодов (языка) виртуальной сети и таким образом подвергаются трансформации.

Список литературы

Алексухин С.И. 2003. Формирование новых коммуникативных сообществ. – *Исследовано в России: электронный многопредметный научный журнал*. Т. 6. С. 1503-1516. Доступ: <http://zhurnal.apc.relarn.ru/articles/2003/127.pdf> (проверено 08.09.2014).

Бондаренко С.В. 2011. Особенности создания и функционирования публичных площадок «электронной демократии» – *Полис*. № 5. С. 164-178.

Волков Д., Гончаров С. 2014. Российский медиаландшафт: телевидение, пресса, Интернет. Отчет Левада-Центра. Доступ: <http://www.levada.ru/books/rossiiskii-media-landshaft-televidenie-pressa-internet> (проверено 08.09.2014).

Корытникова Н.В. 2007. Интернет как средство производства сетевых коммуникаций в условиях виртуализации общества. – *Социс (Социологические исследования)*. № 2. С. 85-93.

Малькова В.К. 2006. Освещение этничности в СМИ в свете конфликтологии. – *Прикладная конфликтология для журналистов* (сост. М. Мельников). – М.: Права человека. С. 42-66.

Савинова О.Н. 2008. Трансформация медиасистемы в современных условиях: к вопросу аберрации функций СМИ. – *Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского*. № 1. С. 198-200.

Савруцкая Е.П. Устинкин С.В. 2011. Анализ динамики качественных характеристик ценностного сознания молодежи России. – *Власть*. № 10. С. 92-96.

Семенов Е.Е. 2008. Тенденции развития коммуникационных процессов в современном мире. — *Вестник НГЛУ*. Вып. 2. С. 153-162.

Соколова Д.М. 2013. Основные тенденции виртуализации социального в информационную эпоху. — *Известия Саратовского ун-та*. Сер. Философия. Психология. Педагогика. Т. 13. Вып. 2. С. 61-64.

Фельдштейн Д.И. 2013. Функциональная нагрузка Академии образования в определении принципов и условий развития растущего человека на исторически новом уровне движения общества. Доклад на общем собрании РАО 29 октября 2013 г. — *Проблемы современного образования*. № 5. Доступ http://pmedu.ru/res/2013_5_2.pdf (проверено 29.07.2014).

Ценностные ориентации молодежи. Итоги социологического исследования (отв. ред. Е.П. Савруцкая). 2007. Нижний Новгород: НГЛУ им. Н.А. Добролюбова. 246 с.

ZAKIROVA Adjelija Zhamilevna, Applicant of Dobroljubov State Linguistics University of Nizhny Novgorod (Minina str., 31a, Nizhny Novgorod, Russia, 603155; adeliyareim@mail.ru)

INTERNET-TECHNOLOGIES IN INTERETHNIC COMMUNICATION

Abstract. The article analyses the influence of Internet technologies on the content and direction of the interethnic communication, characterising its positive and negative effects. On the one hand, the global net gives the unlimited opportunities to find information about different cultures, to learn any language, to communicate with the representatives of different ethnic groups either inside one country or at the level of international relations. But on the other hand, the Internet obliterates the borders of ethnic identity unifying information with the help of the virtual encoding system. Therefore, traditions, customs and languages are exposed to transformation, and it leads to the change of culture. Moreover, interethnic communication loses the aspects of direct participation and emotional influence. As a result the significance of the ethnicity increases. It's worth mentioning, that this tendency is more typical for the young generation. Besides, different extremism and nationalistic organizations use the Internet to promote their ideas.

Keywords: Internet, virtual reality, interethnic communication, ethnicity, extremism

УДК 316.614

ВОРОБЬЕВ Владимир Павлович — д.соц.н., профессор кафедры государственного управления и социологии региона Пензенского государственного университета (ПГУ) (440026, Россия, г. Пенза, ул. Красная, 40; vvr@sura.ru)

ГОЛУБОВСКАЯ Ольга Леонидовна — к.соц.н., младший научный сотрудник ОАО «Пензенский радиозавод» (440039, Россия, г. Пенза, ул. Байдукова, 1; golubovskajaolja@mail.ru)

ЕРЕМИНА Екатерина Витальевна — к.соц.н., доцент кафедры государственного управления и социологии региона ПГУ (hope77@yandex.ru)

РОЛЬ РЕГИОНАЛЬНЫХ БРЕНДОВ В ФОРМИРОВАНИИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ И ИМИДЖА ТЕРРИТОРИИ

Аннотация. В статье анализируются возможности использования брендов регионального уровня для формирования региональной идентичности, регионального патриотизма и, в конечном итоге, для создания благоприятного имиджа региона. На примере Пензенской обл. показана взаимосвязь между имиджем региона в глазах его жителей и отношением населения к местным брендам. Проанализированы возможные направления популяризации региональных брендов через СМИ и иные социальные институты.

Ключевые слова: регион, бренд, региональный бренд, имидж региона, региональная идентичность