

УДК 316.324.8 : 316.658.2

М.И. ЛИМАНОВ

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ВЛИЯНИЯ СЕТИ ИНТЕРНЕТ НА ФОРМИРОВАНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ В ПРОЦЕССЕ СТАНОВЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

Лиманов Максим Игоревич – студент Днепропетровского национального университета имени Олеся Гончара

В статье рассматриваются вопросы формирования общественного мнения и роль в этих процессах глобальной сети Интернет в условиях становления информационного общества.

Ключевые слова: информатизация, информационное общество, общественное мнение, Интернет, сетевые ресурсы.

У статті розглядаються питання формування громадської думки та роль у цих процесах глобальної мережі Інтернет в умовах становлення інформаційного суспільства.

Ключові слова: інформатизація, інформаційне суспільство, громадська думка, Інтернет, мережеві ресурси.

The article reviews issues of formation of social opinion and the part of World Wide Web in this process in conditions of formation of information society.

Keywords: informatization, information society, social opinion, Internet, net resources.

© М.И. Лиманов, 2013

Постановка проблемы. Одной из главных целей информатизации является повышение ответственности мирового управления, что достигается путем свободного доступа населения к информации. В связи с этим особую значимость приобретает изучение процессов формирования, распространения и функционирования общественного мнения и влияние на эти процессы сети Интернет.

Анализ последних исследований и публикаций. Основопологающей при изучении общественного мнения является теория У. Липмана. В его понимании общественное мнение можно разделить на общественное мнение (с маленькой буквы) в смысле знания об окружающем мире, касающееся самих людей и интересное им, и Общественное Мнение (с большой буквы) как образ реальности, в соответствии с которым действуют группы людей или индивиды, действующие от имени групп [6, с. 384].

Различные аспекты изучения общественного мнения в современных условиях отражаются в работах Бойко Н., Шульги М., Котова В., Чурилова Н. и др.

Теоретическую базу изучения процессов формирования и развития информационного общества составляют работы М. Кастельса, У. Мартина, Й. Масуды и ряда других авторов. Основные исследования влияния новых информационно-коммуникативных технологий на общественное мнение проведены такими авторами, как Д. Диллман, Д. Фишкин, Дж. Тераниан, М. Купер, П. Миллер, Х. Кларк, У. Митовски и др.

Целью исследования является рассмотрение влияния сети Интернет на процесс формирования и функционирования общественного мнения, выделение наиболее актуальных аспектов проблемы, нуждающихся в дополнительном изучении.

Изложение основного материала исследова-

ния. Процесс формирования общественного мнения, с одной стороны, давно изучен, а с другой стороны, исследователи до сих пор не пришли к единому мнению по поводу этапов и стадий его формирования.

Так, профессор Тощенко Ж. Т. при определении механизма формирования общественного мнения выделял следующие этапы:

1. Восприятие информации (объективной, субъективной, тенденциозной и т.д.) на уровне отдельных людей;

2. Вывод и оценки индивидуума на основе имеющихся знаний, опыта, умения анализировать, уровня информированности;

3. Обмен имеющейся информацией, выводами, дискуссии с другими людьми;

4. Основываясь на вышеперечисленном, происходит формирование общественного мнения небольшой группы людей;

5. Обмен между небольшими группами и формирование мнения социального слоя;

6. Возникновение общенародного мнения [7, с. 7-16].

Болгарский исследователь Ганчев Д. выделяет следующие пять этапов (цит. по: [8]).

Первый этап характеризуется опосредованным или непосредственным восприятием или получением определенной информации об отдельных событиях и явлениях из общественной жизни. На этом этапе возникают определенные чувства, представления о событиях, фактах и проблемах.

На втором этапе происходит индивидуальное осмысление полученной информации, непосредственное ее восприятие и оценка в сфере индивидуального сознания. На основе собственного опыта, интересов и конкретных условий формируется личное мнение.

На третьем этапе в процессе обсуждения, дис-

куссии происходит обмен мнениями, оценками и отношениями людей и социальных групп к данной проблеме. На основе этого возникает борьба между различными индивидуальными мнениями, точками зрения. В таком процессе формирования соответствующих мнений участвуют как индивидуальное, так и общественное сознание.

На четвертом этапе отдельные мнения и точки зрения последовательно группируются и объединяются вокруг общих принципиальных основ обсуждаемых проблем. На этом этапе кристаллизуется и формируется единое общественное мнение.

На пятом этапе проявляется и функционирует сформированное общественное мнение.

Свою специфику имеет процесс формирования общественного мнения в зависимости от социальных слоев, в которых оно формируется, возрастных групп, типа общества и т.д.

Современные государства находятся на разных этапах построения принципиально нового типа общества – информационного общества. Информатизация общества – это глобальный социальный процесс, особенность которого состоит в том, что доминирующим видом деятельности в сфере общественного производства является сбор, накопление, продуцирование, обработка, хранение, передача и использование информации, осуществляемые на основе современных средств микропроцессорной и вычислительной техники, а также на базе разнообразных средств информационного обмена.

Использование открытых информационных систем, дающих доступ ко всему массиву информации имеющейся в определенной сфере, позволяет усовершенствовать механизмы управления общественным устройством, способствует демократизации общества, повышает уровень благосостояния его членов, гуманизирует общественные процессы. Изменения, происходящие в связи с информатизацией общества, способствуют не только ускорению научно-технического прогресса, интеллектуализации всех видов человеческой деятельности, но и созданию качественно новой информационной среды социума. И неизбежно эти процессы затрагивают механизмы формирования общественного мнения.

В ходе становления общественного мнения возникают определенные границы его распространения, и немалая роль в расширении этих границ отводится средствам массовой информации (СМИ) [2]. В формирующемся информационном обществе меняются роль и значимость СМИ. В последнее время неуклонно возрастает роль сети Интернет в формировании общественного мнения.

Обмен информацией между пользователями сети происходит значительно быстрее, информация появляется раньше, чем она бывает обнародована официальными СМИ. Соответственно процесс формирования общественного мнения по поводу того или иного события начинается до того как информация успеет подвергнуться официальному редактированию. Значительная роль в этом процессе принадлежит неофициальным сетевым источникам информации, таким как социальные сети и блоги.

Пользователями этих сетевых ресурсов являются миллионы людей по всему миру, и они практически не подвержены цензурным либо иным ограничениям, любая информация может быть подана в виде собственного мнения, что исключает ответственность за ее распространение.

Если оценивать процесс формирования общественного мнения постиндустриального и зарождающегося информационного общества с точки зрения стадий, описанных ранее, то они практически не имеют отличий. Принципиальная разница наблюдается в моменте поступления информации. Когда лидирующую роль в обществе играют официальные СМИ, социально значимая информация может подаваться в скорректированном в соответствии с официальной позицией виде, между временем наступления события и его освещением в СМИ может проходить значительный промежуток времени. Массовое распространение сетевых источников информации значительно сократило возможности замалчивания и корректирования информации, она поступает в сеть практически одновременно с наступлением события по разным каналам, отражая множество точек зрения. В настоящее время развитие Интернет-СМИ характеризуется использованием парадигмы Web 2.0 и вовлечением аудитории в производство и распространение новостей: организация возможности комментирования новостей пользователями, всевозможные рейтинги и рекомендации; одно из последних нововведений – интеграция с социальными сетями и возможность распространения новостей по этим каналам.

Рост доли блогов и социальных сетей в медиaprостранстве и увеличение их влияния, в том числе политического, было еще в 2010 году отмечено генеральным секретарем Международной конфедерации журналистских союзов А. Джазояном на Форуме европейских и азиатских медиа в Киеве. В своем выступлении он отметил изменение традиционного канала поступления новостей – событие попадает на страницы блогов и социальных сетей, а затем в традиционные СМИ. Его слова подтверждает и исследование, проведенное экспертами портала Интернет-библиотека русскоязычных СМИ Public.Ru в том же 2010 году. По их данным традиционные СМИ цитировали различные сообщения блогосферы в течение года более 6 тыс. раз [1].

В соответствии с одним из законов формирования общественного мнения, выделенных в работе «Исследование общественного мнения» Х. Кен-трилом, значимые события способны на какое-то время толкнуть общественное мнение из одной крайности в другую. Общественное мнение не стабилизируется до тех пор, пока значение последствий событий не станет понятным [3, с. 267-297]. В современных условиях инструментом для выработки определения последствий становятся Интернет-дискуссии. Кораблева Г. отмечает, что «для активной блог-дискуссии характерно наличие острой социально-политической темы. Дискуссия в первую очередь выражается в определении собственной позиции пользователя относительно»

но темы, заданной автором основного сообщения (хозяина блога)» [5, с. 143-148]. Затем из суммы индивидуальных мнений складывается групповое мнение, принимаемое большинством. В дальнейшей позиции, озвучиваемая традиционными СМИ, сталкивается с оппозицией уже сформировавшегося мнения и вместо функции формирования общественного мнения, выполняет функцию переубеждения (или переформирования), зачастую безуспешно.

Скорость и разносторонность поступающей информации соответствует одной из глобальных целей информатизации – повышения ответственности управления.

Однако обратной стороной данного процесса является вопрос достоверности поступающей информации. Широта канала поступления информации дает возможности для манипулирования общественным мнением за счет распространения противоречивой и недостоверной информации через различные сетевые ресурсы.

Еще один аспект требующий внимания – это целевая аудитория. По оценкам социологов преобладающей частью пользователей сети Интернет в Украине остается молодежь в возрасте до 30 лет [9]. Это наиболее социально активная часть населения, возможности взаимодействия которой значительно увеличились с распространением сети. Ионин Л.Г отмечает, что современный человек живет

в «режиме реального времени» [4, с. 242], которое практически ирреально. Молодежь практически выпадает из круга нормальной повседневности, существуя в непрекращающихся информационных потоках, от успешности ориентирования в которых зависит нормальная социальная адаптация. Свое мнение молодежь вынуждена формировать быстро, при этом учитывая как можно большее количество поступающей информации, вырабатывая на его основе стратегию собственного поведения. На данный момент Интернет воспринимается молодежью как незаангажированный источник информации, предоставляющий возможность формирования объективного собственного мнения. Поэтому особое значение приобретает именно достоверность получаемой информации, а также вопросы социальной ответственности Интернет-СМИ.

Выводы. Социологический анализ влияния сети Интернет на процессы формирования и функционирования общественного мнения в условиях становления информационного общества предполагает исследование изменений в самом процессе формирования общественного мнения в общем виде, наличия возможных корреляций между социальным статусом личности или группы и изменений в процессе формирования мнения, а также возможных социальных последствий данного явления.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Блогосфера и традиционные СМИ: сотрудничество или соперничество? Итоги 2010 г. [Электронный ресурс] // Радиопортал, 01.01.2011. – Режим доступа: <http://www.radioportal.ru/articles/11900/blogosfera-i-traditsionnye-smi-sotrudnichestvo-ili-sopernichestvo-itogi-2010-g>
2. Гребенникова Э.А. Общественное мнение: особенности формирования и распространения [Электронный ресурс] / Э.А.Гребенникова // Международный научно-практический (электронный) журнал «INTER-CULTUR@L-NET». – 2007. – № 6. – Режим доступа: http://vfnglu.wladimir.ru/Rus/NetMag/v6/v6_ar09.htm
3. Докторов Б.З. Отцы-основатели: история изучения общественного мнения / Б.З. Докторов – М.: Центр социального прогнозирования, 2006. – 487с.
4. Ионин Л.Г. Социология культуры: путь в новое тысячелетие: Учеб. пособие для студентов вузов / Л.Г. Ионин; 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Логос, 2000. – 431 с.
5. Кораблева Г.Б. Интернет-дискуссии как инструмент формирования общественного мнения / Г. Б. Кораблева // Дискуссия-2011. – № 9 (17). – С.143-148.
6. Липпман У. Общественное мнение / Уолтер Липпман; пер. с англ. Т.В. Барчуновой. – М.: Ин-т Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.
7. Оссовский Л.В. Проблема идентификации общественного мнения / Л.В. Оссовский // Социологические исследования. – 1999. – № 10. – С. 7-16.
8. Павлов С.Н. Управление информацией и общественными связями для создания эффективного имиджа ВУЗа [Электронный ресурс] / С.Н. Павлов. – Режим доступа: <http://www.monographies.ru/130-4271>
9. Украинское общество 1992-2010: Социологический мониторинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.i-soc.kiev.ua/institute/smonit_2010.pdf