

DOI: 10.12731/2218-7405-2013-4-5

УДК 321.022

«НОВЫЕ» МАСС-МЕДИА: ИЗ ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ В СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКУЮ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТЬ

Каминченко Д.И.

Цель/предмет

Рассмотрение феномена «новых» СМИ с помощью виртуалистского подхода.

Метод/методология

Виртуалистика.

Результаты работы

Сформулированы выводы о роли «новых» медиа как связующего звена между виртуальной реальностью и социально–политической действительностью. Представлена попытка определения новых сфер использования данных медиа.

Применение результатов

Результаты исследования могут быть применены в процессе политического консультирования.

Выводы

«Новые» СМИ выступают в качестве канала связи виртуальной реальности и социально-политической действительности. Такая роль выполняется в ходе обмена информационными повестками и, например, в сфере социальной и общественно-политической самоорганизации.

Ключевые слова: виртуалистика, «новые» СМИ, виртуальная реальность, виртуальное пространство, общественно-политическая действительность.

NEW MEDIA: FROM THE VIRTUAL REALITY IN THE SOCIAL AND POLITICAL ACTUALITY

Kaminchenko D.I.

Purpose/subject

Consideration of «new» media phenomenon with virtualistics.

Method/methodology

Virtualistics.

Results of work

Conclusions on the role of «new» media as a connecting link between virtual reality and the social and political actuality. An attempt to define new areas of using these media.

Application of results

The results can be applied to the process of political consultation.

Conclusions

The «new» media is as a channel of communication between virtual reality and the social and political actuality. This role is carried out in the course of the exchange of information and agendas and in the sphere of social and political self-organizing.

Keywords: virtyalistics, new media, virtual reality, virtual space, social and political actuality.

Стремительное развитие информационно-коммуникационных технологий, расширяющийся с каждым днём доступ к сети – Интернет открывают новые функциональные возможности влияния на политический процесс. В современных исследованиях весьма активно используется такая дефиниция, как «новые СМИ». Вместе с тем, феномен «новых» масс-медиа требует детального изучения, причем с использованием различных научных подходов. В рамках данного исследования представляется целесообразным

рассмотрение феномена «новых» медиа с помощью весьма популярного в современной философии виртуалистского подхода.

Автор считает необходимым определиться с трактовкой такого феномена, как «новые» СМИ. Под «новыми» СМИ целесообразно подразумевать динамичное сетевое образование, включающее в себя не только сбор, обработку и распространение информации, но и функцию удобной обратной связи между аудиторией и автором, а также способность связывать людей друг с другом и обмениваться огромным объемом данных[1, с. 307]. Данные медиа аккумулируют в себе функциональные характеристики современных информационно-коммуникационных технологий, таких как технологии блогов и социальных сетей [2, с. 266]. В то время как традиционные СМИ включают в себя печатные газеты, телевидение, радио, «новые» СМИ – это блоги, микроблоги, социальные сети и т.д. Важнейшими преимуществами новых медиа по сравнению с традиционными СМИ выступает принцип наполнения контента, который осуществляется самими пользователями сети – Интернет[3, с. 143].

Метод, с помощью которого в рамках данной статьи осуществляется исследование, чаще всего, именуется виртуалистикой. Среди российских ученых, активно рассматривающих и применяющих данный метод в исследованиях, необходимо отметить Н.А. Носова, С.С. Хоружего, А.Ю. Севальникова и других. Центральным понятием в рамках данного метода считается термин «виртуальная реальность». Так, Н.Б. Маньковская под виртуальной реальностью подразумевает созданную трехмерную искусственную среду, в которую можно проникать, меняя ее изнутри и испытывая при этом реальные ощущения в режиме реального времени[4, с. 328]. А.Ю. Севальников полагает, что виртуальная реальность – это такая система отображения информации, при которой у пользователя возникает ощущения пребывания в мире, синтезированном определенными устройствами[5, с. 210]. С.С. Хоружий отмечает, что виртуальная реальность

для сознания выступает как «действительная среда определенной деятельности человека – иными словами, человек воспринимает себя как пребывающий в данной реальности и как таковой действует – так что эта реальность обладает характеристиками обычной эмпирической реальности, однако, разумеется, лишена части ее основных предикатов»[6, с. 222]. Маньковская также обращает внимание на то, что в центре интересов виртуальной реальности находятся «виртуальные артефакты как компьютерные двойники действительности, иллюзорно-чувственная квазиреальность»[4, с. 329].

Теперь, когда дано определенное представление относительно трактовки понятия «новых» СМИ и приведены некоторые базовые моменты виртуалистики, необходимо сконцентрироваться на рассмотрении данных масс-медиа с помощью этого подхода. Часто сеть-Интернет обозначают в качестве виртуального пространства, а пользователь данной сети рассматривается как участник этого пространства. Реальность такого пространства, его действительность, можно обозначить как виртуальную реальность. Человек, пользователь сети, обладает своим пространством для активности в рамках виртуального пространства, например, посредством личной страницы в социальной сети или зарегистрированным блогом. В своем виртуальном пространстве пользователь самостоятельно формирует информационную повестку (дня, недели, и т.д.). Человек становится автором. Причем пользователь либо сам набирает и создает текст по интересующей его теме, либо распространяет уже имеющийся в других частях виртуального пространства, у других пользователей материал. В такой индивидуальной информационной повестке, размещенной в виртуальном пространстве отдельного пользователя, отражается его (пользователя) мнение, предпочтения, взгляды, убеждения, настроения и т.д. Кроме того, пользователь знакомит со своей информационной повесткой других участников огромного виртуального пространства. Влияние одной информационной повестки на другую, одной пользовательской части глобального виртуального пространства на другую,

представляется вполне допустимым. Иными словами, например, персональная страница в социальной сети – это часть глобального виртуального пространства или виртуальное пространство отдельного пользователя, где пользователь формирует свою информационную повестку. Таким образом, одним из компонентов, участвующих в конструировании виртуальной реальности, являются такие информационные повестки.

Как виртуальные информационные повестки связаны с действительностью в целом и с социально-политической её сферой, в частности? С одной стороны, информационные повестки во многом являются отражением бытия человека. С другой стороны, собирая различную информацию из виртуального пространства, и анализируя её, в определенной степени можно прийти к выводам и формулировкам относительно общественного мнения в рамках того или иного общества, государства или их частей. Исследователь с помощью таких данных способен делать различные выводы относительно общественных настроений, взглядов и т.д. В свою очередь, такие выводы и формулировки могут быть вполне ценными и полезными при формировании политики в рамках того или иного общества или даже государства.

Части глобального виртуального пространства находятся в постоянном взаимодействии, что подтверждается сетевым принципом построения. Характер этого взаимодействия нередко определяется информационным наполнением. Участники сети могут организовываться в группы, где могут происходить обсуждения актуальных вопросов. Иными словами, пользователи воспринимают себя как пребывающие в определенной реальности, которая обладает характеристиками обычной эмпирической реальности, но осуществляется посредством сети – Интернет. Существует немало примеров того, как такая самоорганизация затем проявлялась в форме общественно-политической и социальной активности в реальной жизни. Складывается ощущение, что «новые» СМИ благодаря, конечно, и стремительному развитию

современных цифровых технологий, все более сближают виртуальную реальность и общественно-политическую действительность.

Необходимо отметить, что, находясь, по сути, в рамках виртуальной реальности, пользователь сети осознает и чувствует свою вовлеченность, участие в процессе бытия, пусть и в его виртуальном измерении. Здесь вполне подходят корреляции с процессом идентификации индивида с чем-то общим, причем пользователь не только ассоциирует себя с каким-либо сообществом или группой, но и ощущает себя в качестве участника, т.е. деятеля какой-либо организации. Учитывая же, согласно специалистам в области виртуалистики, что виртуальная реальность обладает характеристиками эмпирической действительности, то ощущение вовлеченности, общности и ассоциации с каким-либо сообществом пользователя вполне может быть перенесено в социально-политическую действительность. А это представляется важным фактором в условиях современного урбанизированного постиндустриального общества. Итак, «новые» масс-медиа, с точки зрения виртуалистики, представляют собой важнейший канал, с помощью которого общность и самоорганизация (которых иногда очень не хватает некоторым современным обществам и государствам) переходят из виртуальной реальности в социальную и общественно-политическую действительность.

Итак, опираясь на виртуалистский подход и его основные понятия, автор обратил внимание на некоторые особенности и функциональные возможности «новых» СМИ, которые проявляются в современной социально-политической действительности (например, индивидуальная информационная повестка, общественно-политическая самоорганизация и т.д.). В каких ещё сферах социально-политической жизни современного общества в таком случае возможно и перспективно использование «новых» медиа. Одним из возможных случаев вполне может быть процесс построения современной политической партии. Наличие схожих информационных повесток и возможности взаимодействия и самоорганизации в виртуальном пространстве являются

важными условиями для формирования политического института. Однако при переходе к действительности в данном случае необходимо учитывать и роль других акторов, сил и партий. Кроме того, особое значение имеют характер политической системы (демократический, авторитарный или тоталитарный) и сложившаяся партийная конфигурация (партийная система).

Список литературы

1. Балугев Д.Г., Каминченко Д.И. Политическая роль «новых» СМИ в ливийском конфликте // Вестник Нижегородского государственного университета им. Н. И. Лобачевского, 2012, № 2 (1), С. 307-313.
2. Каминченко Д.И., Балугев Д.Г. Фактор новых средств массовой информации в формировании современного политического индивида // Современные исследования социальных проблем, № 1 (09), 2012, С. 266-270.
3. Каминченко Д.И. Причины эффективности использования технологий «новых» СМИ в политической борьбе // Социально-гуманитарные проблемы современности: человек, общество и культура: Сб. статей по итогам Международной научно-практической конференции (сентябрь, 2012 г.)/Научн. Ред. Я.А. Максимов. Красноярск: Изд. Научно-инновационный центр, 2012. 228 с., С. 143-148.
4. Маньковская Н.Б. Виртуалистика: художественно-эстетический аспект // Виртуалистика: экзистенциальные и эпистемологические аспекты. М.: Прогресс-Традиция, 2004, 384 с., С. 328-342.
5. Севальников А.Ю. Онтологические аспекты виртуальной реальности // Виртуалистика: экзистенциальные и эпистемологические аспекты. – М.: Прогресс-Традиция, 2004, 384 с., С. 208-242.
6. Хоружий С.С. Род или недород? // Вопросы философии. 1997. № 6. с. 53-68

References

1. Baluev D.G., Kaminchenko D.I. Politicheskaya rol «novykh» SMI v liviyskom konflikte [Political Role of New Media in Libyan Conflict]. *Vestnik of NNSU*, no. 2 (2012): 307-313.
2. Kaminchenko D.I., Baluev D.G. Faktor novykh sredstv massovoy informatsii v formirovaniі sovremennogo politicheskogo individa [New media factor for modern political person forming]. *Sovremennye issledovaniya sotsialnykh problem* [Modern Research of Social Problems], no. 1(2012): 266-270.
3. Kaminchenko D.I. Prichiny effektivnosti ispol'zovaniya tekhnologii «novykh» SMI v politicheskoy borbe [Efficacy reasons of new media technologies using in the political battle]. *Sotsialno-gumanitarnye problemy sovremennosti: chelovek, obshchestvo i kul'tura: Sb. statey po itogam Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii (sentyabr, 2012 g.)* [Social-humanitarian modern issues: people, society and culture: Com. Articles to the International Scientific Conference (September, 2012)]. Krasnoyarsk, 2012, 228 p, pp. 143-148.
4. Mankovskaya N.B. Virtualistika: khudozhestvenno-esteticheskiy aspect [Virtualistics: artistic and esthetic aspect]. *Virtualistika: ekzistentsialnye i epistemologicheskie aspekty* [Virtualistics: existential and epistemological aspects]. Moscow, 2004. 384 p, pp. 328-342
5. Sevalnikov A.Yu. Ontologicheskie aspekty virtualnoy realnosti [Ontological aspects of virtual reality]. *Virtualistika: ekzistentsialnye i epistemologicheskie aspekty* [Virtualistics: existential and epistemological aspects]. Moscow, 2004. 384 p, pp. 208-242.
6. Khoruzhiy S.S. Rod ili nedorod? [Genus or crop failure?]. *Voprosy filosofii* [Problems of Philosophy], no. 6 (1997): 53-68.

ДАНИЕ ОБ АВТОРЕ

Каминченко Дмитрий Игоревич, аспирант кафедры прикладной политологии
Нижегородский государственный университет имени Н.И. Лобачевского

*пр. Гагарина, д. 23, г. Нижний Новгород, Нижегородская область, 603950,
Россия*

E-mail: unn@unn.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Kaminchenko Dmitry Igorevich, graduate student of the Department of applied political science

Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod

23, Gagarina avenue, Nizhni Novgorod, Nizhni Novgorod area, 603950, Russia

E-mail: unn@unn.ru

Рецензент:

Балуев Д.Г., профессор, заведующий кафедрой прикладной политологии Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, доктор политических наук