
АКТУАЛИЗАЦИЯ МЕЖКУЛЬТУРНОГО ДИАЛОГА В СОВРЕМЕННОМ ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ

М.Е. Липатова¹, А.А. Богатырева²

¹Кафедра социологии коммуникативных систем
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова
Ленинские горы, МГУ, 1-33, Москва, Россия, 119234

²Ингушский государственный университет
*ул. Магистральная, 39, м/о Гамурзиево, Назрань
Республика Ингушетия, Россия, 386132*

В статье рассматриваются основные направления реализации межкультурного диалога в интернет-среде. На основе анализа характера межкультурного общения в интернет-среде выделены особенности, которые характеризуют интернет-пространство как особое средство осуществления межкультурной коммуникации, предоставляющее своим пользователям обширные возможности для реализации идеи межкультурного диалога. Анализируются новые виды и формы коммуникации, которые меняют и совершенствуют межкультурное взаимодействие в интернет-пространстве. Рассматриваются сетевые интернет-сообщества, являющиеся продолжением и новым измерением традиционно сформировавшихся структур социокультурной жизни, а также представляющие собой особое социокультурное пространство, в котором, трансформируя существующую социальную реальность, развиваются новые качества повседневной жизни. Также рассмотрены различные подходы к изучению роли современного интернет-пространства как средства межкультурного общения, в том числе показана специфика российского интернет-пространства в реализации данной цели. Выделены и проанализированы актуальные ресурсы по осуществлению межкультурного диалога, в частности, визуальная коммуникация как современное средство осуществления межкультурной коммуникации в интернет-пространстве. Выявлено, что наиболее широкий спектр возможностей для осуществления формата диалога сегодня предоставляют различные социальные сети. Эти ресурсы могут выступать одновременно площадкой для общения, как больших социальных групп, так и сервисом для переписки отдельных индивидов.

Ключевые слова: визуализация информации; Интернет; коммуникация; межкультурная коммуникация; межкультурный диалог; культура; социальные сети; фотография.

Современная культура во все большей степени зависит от новейших технологий, в особенности от медийных ресурсов Интернета. Тексты, которыми обмениваются пользователи, максимально насыщены разнообразной информацией и символами. События, находящие в них свое отражение, охватывают все больший временной период и не имеют пространственного ограничения. Стирается граница между публичным и частным сообщением. Интернет, будучи высокотехнологичным посредником между субъектами взаимодействия, увеличивает возможности многовариативной коммуникации.

Эта информационно насыщенная среда может выступать эффективной площадкой для взаимодействия различных людей и социальных групп. Интернет-пространство является частью современного общества, частью современной культуры, где люди общаются и реализуют себя, что не могло не вызвать интерес ученых

к изучению особенностей взаимодействия людей в этой среде, создаваемым новым формам, способам достижения взаимопонимания и преодоления препятствий на пути этого взаимопонимания. Учитывая, что Интернет стирает пространственные, временные, культурные, национальные границы, следует отметить, что в новой среде встает вопрос об управлении и повышении эффективности межкультурного взаимодействия с использованием новых информационных технологий.

В научной литературе для описания межкультурной коммуникации часто используются такие понятия, как транскультурная и панкультурная коммуникация, интеркультурная коммуникация, межэтническая коммуникация, межкультурная интеракция, кросскультурная коммуникация и даже культурная синергия. Культура, понимаемая как структура взаимоотношений, интерпретаций и символических систем, создаваемых людьми в рамках их обществ (в определенном месте и времени), может исполнять роль фактора, стимулирующего возможности межкультурной коммуникации с опорой на развивающиеся информационные и коммуникационные технологии.

Здесь особое место отводится языку, символической форме представления передаваемого сообщения. Это вербализация и коммуникативных стратегий и различные формы их визуализации. В поликультурном обществе язык является тем ключом, который открывает реальную перспективу строительства мостов взаимопонимания и взаимодействия между представителями различных стран и культур.

Интернет выступает «не только как проводник информации, но и как среда для диалога «„смыслов“, ценностей, культур. В компьютерной виртуальной реальности человек не утрачивает своей диалогичности. Интернет создает мультикультурную среду общения, он калькирует „мозаичность“ современной культуры. ...Правы те исследователи, которые констатируют единый мир культуры, интегрирующий в себе общечеловеческие ценности, но правы и те философы, которые утверждают, что развитие культуры неотделимо от каждого народа, страны, эпохи. Компьютерные коммуникации позволяют человеку увидеть культуру в единстве многообразия и воспринять все лучшее в транснациональных, национальных и этнических культурах» [11. С. 129].

Так сетевые интернет-сообщества являются продолжением и новым измерением традиционно сформировавшихся структур социокультурной жизни, а также они представляют собой особое социокультурное пространство, в котором, трансформируя существующую социальную реальность, развиваются новые качества повседневной жизни. Сетевая коммуникация как форма социального взаимодействия формирует новое, особое социокультурное пространство, и в этих условиях возникает проблема поликультурной грамотности, основанная на осознании, что разнообразие есть объективная характеристика мировой культуры.

Коммуникация представляет собой процесс, посредством которого передается некое сообщение, информация. И если переданное сообщение понимается четко и однозначно, то можно говорить о том, что цель коммуникации достигнута. В эффективной коммуникации отправленное сообщение достигает адресата с незначительным искажением. Межкультурная коммуникация в интернет-пространст-

ве, с одной стороны, усложняется, поскольку возникают дополнительные средства виртуальной коммуникации, особая визуализация ряда параметров реальной социокультурной коммуникации, с другой стороны, упрощается, так как интернет-среда нивелирует или сводит «к поверхности», если трактовать это явление в терминологии постмодернизма, те способы и виды коммуникации, которые в реальной коммуникативной ситуации обладают большой смысловой нагрузкой. Это, в основном, невербальные сигналы, такие как жесты, мимика, внешний облик участников коммуникации и связанные с ними способы восприятия и взаимодействия и т.д.

Новые виды и формы коммуникации привели к комбинации устной и письменной речи. «Письменная речь становится доминирующим способом общения и включает, помимо текста сообщения, различные метатекстовые знаки (курсив, шрифтовое, композиционное выделение и т.д.). В условиях виртуальной коммуникации информация циркулирует не только в виде текстов, но и в виде различных образов. Развитие среды „мультимедиа“ в значительной мере меняет традиционные представления о тексте» [11. С. 129].

Многие исследователи отмечают, что в сетевой коммуникации (интернет-дискурсе) отличительной особенностью становится «стремление участника коммуникации сделать письменную речь похожей на устную. В результате использования разнообразных и специфических приемов речевой выразительности нередко проявляется феномен языковой игры» [15]. Наряду с этим широкое распространение получила и такая форма сетевой коммуникации, как аббревиация: «Основной причиной увеличения роста сокращений в языке является быстрый темп жизни, потребность в большом объеме информации, развитие интернет-коммуникации... Прагматическое значение аббревиатуры не сводится к традиционно выделяемому коннотативному аспекту значения, оно включает информацию и о статусе говорящих, экстралингвистическом контексте общения» [11. С. 131]. Такое многообразие форм и способов осуществления коммуникации в сети позволяет делать вывод о сближении вербальной и визуальной составляющей, появлении креолизованных текстов.

Возникновение новых возможностей, видов и форм общения для представителей разных культур способствует возникновению и ряда негативных моментов, влияющих на процесс коммуникации. Если информация понята не адекватно и есть проблемы, возникающие в процессе взаимодействия и снижающие его эффективность, то это означает, что имеются барьеры общения. Как правило, в качестве основных факторов, снижающих эффективность коммуникативных взаимодействий, можно назвать различие в используемых представителями различных культур когнитивных схемах.

В российском интернет-пространстве складывается особая ситуация с межкультурным общением, которое не в полной мере отражает этническое и культурное многообразие России. А.А. Гладкова выделяет технологические и концептуальные причины этой ситуации [7. С. 85]. Технологические причины — это прежде всего недостаток программного и информационного обеспечения для ис-

пользования языков малых народов: в частности, недостаток или отсутствие компьютерных шрифтов, форматов кодирования. В результате затруднено или невозможно использование в Интернете некоторых редких языков.

Концептуальная причина заключается, прежде всего, в том, что отсутствует оригинальный контент на языке этнических и лингвистических групп (большинство материалов либо выпускаются только на русском языке, либо являются переводом с русского). Другими концептуальными факторами следует признать слишком малое число журналистов, готовых использовать языки меньшинств в электронных СМИ; незначительное число самих СМИ на этих языках, включая онлайн-версии; сложности с финансированием СМИ, выходящих не на русском языке, а также «высокий цифровой разрыв между технически грамотными и технически неграмотными членами общества, причем малые народы в связи с ограниченным доступом к ИКТ чаще всего относятся к последним» [7. С. 85—87]. Исследователь считает поиск средств для преодоления этого разрыва, наряду с развитием языкового и культурного многообразия в киберпространстве, важнейшей задачей на современном этапе.

Ученые указывают на очевидный факт: молодежь быстрее и легче налаживает коммуникацию в интернет-среде, использует разнообразные формы — как вербальные, так и визуальные, а также создает новые. «Посредством Интернета молодежь вступает в новый тип общения — информационную межкультурную коммуникацию, протекающую в „виртуальной реальности“. Это дает возможность индивиду при межкультурных контактах опираться не только на собственный опыт, но и на все то, что составляет феномен виртуальной реальности. В результате происходит смешение знакового и символического уровней отражения реальности, что влияет на характер межкультурной коммуникации молодежи. Все перечисленные особенности сети Интернет представляют небывалые до сих пор возможности, как для индивидуальной, так и для групповой коммуникации» [3].

Среди особенностей межкультурной коммуникации в интернет-пространстве выделяют следующие:

— *богатство содержания* — интернет-сайты предоставляют участникам межкультурной коммуникации доступ к обширным информационным базам, другими словами, знакомство с материалами не только в рамках своей культуры, но и получение доступа к документам в информационных базах, относящихся к чужой культуре;

— *своевременность передачи информации*, т.е. деятельность в «режиме реального времени», позволяющая решить проблему временного разрыва, обусловленного различным географическим положением отдельных стран. Тем самым устраняется один из коммуникативных барьеров;

— *концентрация* — в интернет-пространстве, благодаря его емкости и внутренней взаимосвязанности, в кратчайший отрезок времени возможно объединение огромного числа коммуникантов со всего земного шара и коллективное обсуждение той или иной информации;

— *плюрализм* обеспечивает доступ к разнообразной информации, касающейся практически всех сторон человеческой жизни;

— *отсутствие цензуры и демократичность* способствуют реализации прав каждого на публикацию информации в Интернете и возможности представить самые разные точки зрения;

— *преодоление языкового барьера* достигается за счет различных технических достижений в сети Интернет. Так многие сайты имеют версии не на одном, а на двух и более языках;

— *«прямая» коммуникация*, предоставляющая практически неограниченные возможности для межкультурной коммуникации на индивидуальном уровне (например, с помощью ICQ и различных «чатов»);

— *система гиперссылок* связывает сайты между собой и тем самым предоставляет возможность быстрого перехода от одного сайта к другому. При этом очень важно, что ссылки могут даваться как на сайты той же страны, так и на иностранные сайты [8. С. 46—50].

Перечисленные особенности характеризуют Интернет как особое пространство для осуществления межкультурной коммуникации, предоставляющее своим пользователям обширные возможности в реализации идеи межкультурного диалога, создании разнообразных площадок для общения представителей различных культур и в достижении взаимопонимания между антагонистическими позициями. Однако очевиден и тот факт, что пока потенциал всемирной информационной сети не используется по максимуму для развития межкультурных контактов. Причина заключается скорее в общем настроении общественного мнения, которое пока еще не признает проблему взаимоотношения культур в качестве приоритетной. Сама же всемирная сеть уже сегодня способна создать такую коммуникацию практически между всеми странами и культурами мира.

Отдельно следует отметить, что в России межкультурный диалог в рамках сети Интернет не уступает своим зарубежным аналогам. В социальных сетях количество групп по культурным контактам и национальным коммуникациям ничуть не меньше, чем в международных социальных сетях. Хотя само качество такого диалога и его развитие, безусловно, требуют отдельного исследования и изучения. Тем не менее, сразу стоит отметить, что на практике специализированных ресурсов для развития межкультурного диалога не так уж и много. Те ресурсы, которые существуют в сети, в основном можно условно разделить на два типа.

Отличительная черта первого типа ресурсов заключается в том, что они не поддерживают развитие диалога в динамике и содержат только некую текстовую информацию о взаимодействии культур и народов. Иными словами, на таких ресурсах нет технической возможности общаться представителям различных культур. Этот момент представляется весьма важным, так как само понятие межкультурного диалога подразумевает постоянный обмен информацией между его участниками, говорить же о таком в рамках статичного сайта, содержащего просто текстовую информацию, которая пусть и содержит данные о взаимодействии культур, представляется затруднительным. Однако именно таких сайтов большин-

ство. В качестве примера можно назвать сайты ряда государственных учреждений, научных сообществ, различных фондов и организаций, которые в силу своей специализации привлекают внимание пользователей Интернет к проблемам межкультурного диалога: Межкультурный диалог, Информационно-аналитический центр, Портал Геополитика, Бюро Юнеско в Москве и др.

Вторая группа ресурсов отличается тем, что там, с одной стороны, реализуется именно диалог в режиме постоянного общения, а, с другой, сами эти ресурсы отнюдь не специализируются на развитии диалога представителей различных культур или вообще на проблемах национального взаимодействия. В данном случае речь идет в первую очередь о различного рода социальных сетях. Важно понимать, что эти ресурсы имеют многопрофильное применение и совершенно не акцентируют внимание на проблеме культуры. Их основная цель — организовать непосредственное общение пользователей. Как правило, в рамках социальных сетей межкультурный диалог реализуется наиболее полно. Сами пользователи могут инициировать обсуждение различных проблем межкультурного взаимодействия, посредством обмена сообщениями. В рамках социальных сетей существует возможность объединения в группы, в том числе и тематические, что позволяет проще ориентироваться во всем объеме информации.

Таких групп довольно много в рамках каждой социальной сети. Есть среди них и такие, которые прямо посвящены межкультурной коммуникации (Межкультурный диалог: Сообщество молодых ученых; Межкультурный диалог в молодежной среде / Intercultural Youth Dialogue; Молодежь за межкультурный диалог; Ассоциация Межкультурный Центр; Межкультурный диалог и молодежные инициативы; Межкультурный диалог и др.). Подавляющее большинство таких групп функционирует на постоянной основе, имеет некоторый костяк членов, а некоторые могут «похвастаться» и относительно высокой численностью своих участников.

Большинство всех ресурсов Интернета, посвященных проблеме межкультурного диалога, принадлежит к одной из выделенных групп. Но могут встречаться и иные формы реализации межкультурного диалога в Интернете, например, электронная почта, новостные сайты. Однако говорить о постоянной реализации взаимодействия культур здесь не приходится в силу отсутствия собственно самого диалога и ориентации этих ресурсов на другие профильные задачи.

Таким образом, можно сделать вывод, что более широкий спектр возможностей для осуществления формата диалога сегодня предоставляют различные социальные сети. Наиболее известными и популярными, с учетом их национального охвата, являются такие международные сети, как Facebook, Twitter, Instagram и ряд других. Эти ресурсы могут выступать одновременно площадкой для общения как больших социальных групп, так и сервисом для переписки отдельных индивидов, а также включают веб-приложения, с помощью которых любой может выбрать нужную функцию по своим интересам [5. С. 38].

Несмотря на то, что большинство пользователей по-прежнему получают доступ к социальным сетям с помощью персональных компьютеров, неуклонно растет

доля тех, кто использует для этого различные мобильные устройства: смартфоны, планшеты и т.п. По мере их распространения все большую популярность набирают социальные сети, разработанные преимущественно для «мобильной» работы, особенно Twitter и Instagram [14. С. 149]. Любой планшет или смартфон, имеющий доступ в сеть, позволяет владельцу получить немедленный доступ к интересующей его информации. Так, пользователи «мобильных» социальных сетей (Twitter, Instagram и др.) фактически остаются всегда «на связи» со своими друзьями-читателями, двадцать четыре часа в день, семь дней в неделю.

При этом в рамках социальных сетей межкультурное взаимодействие достаточно организовано в границах тематических групп. Стоит сказать и о том, что просто невозможно учесть личный и спонтанный обмен сообщениями между пользователями, среди которых также вполне возможен межкультурный диалог. Для такого рода взаимодействия характерно использование стереотипов, как общекультурных, уже давно сложившихся, так и создание новых. Это ускоряет и упрощает процесс сетевого общения. В качестве примера можно привести стереотипное поведение, например, проставление «like» вместо выражения вербального отклика. Разнообразные смайлы, или эмодзи, облегчают коммуникацию пользователей, добавляют мультимедийности в отклике на новостные посты, а также способствуют «вхождению» в диалог и используются в качестве ссылки в отклике на мнения других пользователей.

Эмодзи стали одним из основных средств выражения эмоций в сетевом общении разного формата (он-лайн сообщения, чаты и т.д.). Такое частое использование параграфематики приближает письменную сетевую речь к устной речи. Наряду с этим и традиционные графические знаки находят новые формы реализации: многократное использование восклицательных и вопросительных знаков, запятых и многоточий, пробелов, использование заглавных букв приводит к отклонению от языковых норм [16].

Увеличение визуальной составляющей в коммуникации является одной из ведущих тенденций последних десятилетий. Развитие цивилизации усложняет восприятие объектов, в результате появляется возможность создавать и анализировать искусственно созданные сигналы. Технологические новинки позволяют создавать искусственные визуальные образы и резко расширяют тем самым виртуально-визуальное пространство человеческой культуры. При этом размываются социальные границы, и культура стремится к упрощению [17]. Наиболее полное усвоение информации происходит, если в ней представлены визуальные образы. Это связано с тем, что при восприятии человеческий мозг активизирует не только левое полушарие, отвечающее за аналитическое мышление, но и правое, которое воспринимает информацию в виде образов и символов. В интернет-коммуникации данный процесс приводит к тому, что вербальное общение уступает место визуальной коммуникации. Визуальные сигналы проще, доступнее, не требуют перевода, т.е. разрешают проблему коммуникативного барьера.

Визуальная коммуникация стимулирует эмоциональный опыт, ускоряет процесс идентификации и самоидентификации без привлечения вербальных средств.

Визуализация действует на уровне самых простых, первичных сигналов, и потому универсальна, подходит для демократизации социального и межкультурного общения.

Визуальный контент увеличивает частоту посещения интернет-ресурса или профиля пользователя, ускоряет коммуникацию. Наряду с этим происходит активизация творческого потенциала и воображения. Визуальные формы убедительны, поскольку, как правило, стереотипны, соответствуют устойчивым представлениям большинства о различных сторонах действительности. Осуществление визуальной коммуникации «сегодня как никогда востребует грамотности, образования и воспитания созидательных качеств у человека. Трудность приобретения таких навыков и умений для разных групп российского населения и, в первую очередь, для подрастающего поколения обуславливается товарно-рыночным характером среды их обитания» [18. С. 5].

Новым массовым феноменом визуальной коммуникации является феномен «селфи» (selfie) — фотографирование себя в больших количествах и создание постов с изображениями в социальных сетях. Сегодня в мире главенствуют цифровые и информационные технологии, с помощью которых производство современной фотографии требует все меньше усилий, затрат и времени. Более того, все большую популярность приобретают новые мобильные приложения, к примеру Instagram. Фотография является неотъемлемой частью жизни миллиардов людей. Начиная с самого рождения и заканчивая смертью она сопровождает человека. Паспорт, водительское удостоверение, студенческий, пропуск на работу — и это не весь список документов, где нужна фотография. Она сопровождает современного человека везде и влияет на формирование его видения реальности [6. С. 139].

Фотография является обозримым образом истории, связывающим людей элементом, подобно книге, объединяющей поколения читателей, не пересекающихся во времени, путем запечатления моментов социальной действительности. Акт принятия фотографии обществом принес с собой новую культуру. Открылась новая история, «история взгляда». Фотография стала отражать общественные процессы в качестве чего-то другого, двойственного, «замерзшего» измерения. Эту увлеченность двойственностью можно отметить и в настоящий момент времени. Но главная роль, которую играет фотография для общества, заключается в передаче и хранении информации [13. С. 116].

Увеличение визуальной составляющей в коммуникативных процессах привлекает внимание ученых, которые не только стараются описать возникающие новые феномены социальной действительности, но и понять механизмы их воздействия на общество, дать прогнозы возможных результатов этого воздействия. Одно из первых определений данного феномена представлено в работе Дженнифер Оуллет в книге «Me, Myself and Why: Searching for the Science of Self» [19]. Селфи, по мнению исследователя, — это «виртуальный аналог материальных тотемов (например, сувениров из поездок, постеров, любимых игрушек, открыток и т.д.), цель которых — соединить наш внутренний мир с внешним. Это одна из форм личного перформанса, заявление о самоидентичности, возможность „упа-

ковать « себя и свой мир в правильную обертку, даже если в реальности она совсем другая» [10]. Человек чувствует себя товаром на рынке и продает себя как товар. При этом селфи становится инструментом продажи. В такой визуализации сильно искажается образ реального человека, но именно это и требуется для задачи «продать подороже».

Другой исследователь, — Памела Рутледж, — определяет селфи не как средство идентификации, а как средство коммуникации [20]. Выкладывая селфи, человек побуждает других пользователей к диалогу, обсуждения себя. Здесь опять срабатывает универсальность визуального контента: картинки и фото рассказывают больше, чем слова, и не требуют перевода, они проще воспринимаются большим количеством людей. Поэтому особенно для молодежи они предпочтительнее, поскольку являются оперативными и легче в восприятии.

Использовать фотографию можно в разнообразных целях, в том числе в процессе коммуникации. Фотография, явившись первым техническим образом новых медиа, обнаружила коммуникативные возможности визуальности и изменила медиальную среду. Создавая новую форму медиального освоения мира, фотография может формировать пространство между образом и зрителем — «медиальность» или «третью позицию» (В. Флюссер), не соотносимую ни с субъектом, ни с объектом в отдельности, выраженную в ожидании коммуникации и отклике на нее. Эта медиальность фотографии раскрывается в ее функции устанавливать сообщаемость в поле восприятия зрителей, становясь условием осуществления коммуникации [9. С. 87].

Тони Шварц в книге «Чувствительные струны души» пишет следующее: «Одна из самых важных наших задач состоит в том, чтобы найти комплекс стимулов, которые были бы созвучны уже заложенной в человеке информации, и таким образом возбуждали бы стремление обучаться или определенные поведенческие проявления. Резонанс происходит в момент, когда определенные стимулы, используемые в процессе коммуникации и представленные зрителю или слушателю, вызывают к соответствующему значению. То, что мы используем в процессе коммуникации, само по себе не имеет никакого значения. Процесс коммуникации приобретает значение только благодаря тому, что стимулы участников процесса вызывают к предыдущему опыту зрителя или слушателя» [4. С. 110].

Иными словами, фотографии, которые мы ежедневно видим или рассматриваем, например, в Интернете, являются стимулами, которые «активируют» эмоциональную реакцию человека благодаря «игре на чувствительных струнах души». Эти фотографии вызывают нужный эффект с помощью того, что уже заложено в сознании человека, его запаса знаний, культурного багажа, накопившегося во время учебы, работы и усвоения жизненного опыта.

Также следует отметить преимущество использования визуального послания в процессе коммуникации перед текстовым сообщением. Просмотр фотоснимка занимает гораздо меньше времени, чем чтение текстового сообщения и осмысление полученной информации. Язык фотографии универсален для всех категорий населения в сравнении с разнообразием функциональных стилей, например, рус-

ского языка, что способствует доступности понимания нарратива фотографии. Историческая значимость фотографии определяется возможностью «эффекта присутствия».

Молодым людям нравится в фотографии сам процесс фотографирования, процесс выслушивания отзывов, чтения откликов, наблюдение количества «лайков» от людей, просмотревших снимки в Интернете, а также процессы обработки фотоизображений с помощью компьютерных программ и выкладывания фотографий в Интернет. Кроме того, фотография для них является документом с изображением прошедшего события, искусством, средством коммуникации и возможностью показать себя и свои способности. Большинство фотографирует с целью дальнейшего размещения фотографий в Интернете (социальных сетях, блогах, сайтах), что еще раз подтверждает тезис о влиянии фотографии на процесс создания виртуальной реальности [1. С. 131—132].

Одной из популярных программ для распространения фотографий в сети Интернет является бесплатная программа Инстаграм (Instagram), которая была запущена в октябре 2010 г. Простота в обработке изображения и удобство в прикреплении на сайте, а также возможность поделиться получившейся картинкой со своими друзьями через любую социальную сеть, в том числе через собственную сеть Инстаграм, способствовали росту популярности данного ресурса.

Развитие данной программы привело к нововведениям. Так, каждый пользователь может создавать свой раздел фотографий и снимать 15-секундное видео, обрабатывать его одним из десятка фильтров и отражать в ленте. Развитие различных версий программы привело к появлению рекламы, а также системы персональных сообщений в виде картинок (Direct), которые можно отправлять пользователям социальной сети [12. С. 59]. В качестве особенностей Инстаграм следует отметить то, что она позволяет заходить на страницы пользователей, а также размещать фотографии моментально, причем с любого носителя. Общая сеть интегрирована в глобальное информационное пространство, которое доступно не только в сети Интернет, но также и на других периферийных устройствах, в том числе смартфонах, планшетах и иных гаджетах.

Поскольку социальная сеть Инстаграм является международной и существует во многих странах, ее использование открывает новые возможности для осуществления взаимодействия посредством так называемых тэгов, меток к фотографиям. Создаваемые пользователями тэги позволяют искать заинтересовавший пользователя контент и тем самым взаимодействовать с другими пользователями. На популярность этого ресурса влияет и тот факт, что технические средства представления визуальной информации позволяют людям обмениваться сообщениями на межкультурном уровне, часто не зная тот язык, на котором говорит другой человек. Вместе с этим в сеть попадают такие кадры и снимки, которые позволяют по-новому взглянуть на представителей других национальностей.

На примере «мобильной» социальной сети Instagram можно увидеть, что сейчас существует повсеместно доступная возможность межкультурного общения посредством фотографии в Интернете, то есть через изображения людей разных наций и культур. Пользователи сети могут обмениваться своими визуализиро-

ванными образами, стилями жизни, предпочтениями в отдыхе, гастрономии, какими-то национальными особенностями и т.п. с другими пользователями.

Интернет-пространство, формирующееся в современном информационном обществе как особый вид социального пространства, дает новые возможности для реализации идеи межкультурного диалога. Социальная значимость Интернет в современном мире проявляется в осуществлении ряда функций. Коммуникация, осуществляемая с помощью Интернет, является не только безличным процессом обмена информацией, но и содержит признаки обратной связи, создает возможность для непосредственного, живого общения между людьми, разъединенными огромными расстояниями, способствуя диалогу между представителями различных народов и стран.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Абросимова Н.В.* Молодежь о фотографии // *Paradigmata poznání*. 2014. № 4.
- [2] *Аксак В.А.* Общение в сети Интернет. М., 2006.
- [3] *Алексеева М.А.* Социальные сети как фактор развития межкультурной коммуникации. URL: <http://econfr.rae.ru/pdf/2012/10/1709>.
- [4] *Бергер А.* Видеть — значит верить. Введение в зрительную коммуникацию. М., 2005.
- [5] *Битков Л.А.* Социальные сети: между массовой коммуникацией и межличностным общением // *Вестник Челябинского государственного университета*. 2012. № 28.
- [6] *Геворкян К., Федина И.М.* История развития фотографии в России // *Курорты. Сервис. Туризм*. 2013. № 2—4.
- [7] *Гладкова А.А.* Культурный и лингвистический плюрализм в киберпространстве России // *Межкультурные коммуникации в современном мире: роль СМИ / Сост. и науч. ред. Д.Л. Стровский, О.В. Ильина*. Екатеринбург, 2014.
- [8] *Жучжуаи Лоу.* Особенности процесса межкультурной коммуникации между Россией и Китаем в сети интернет: Дисс. к.с.н. М., 2003.
- [9] *Колесникова Д.А.* Фотография как способ конституирования социальной реальности: Дисс. к.ф.н. СПб., 2011.
- [10] Концепции Селфи. URL: <http://slon.ru/biz/1100720>.
- [11] *Новикова Л.А.* Аббревиация как феномен межкультурной коммуникации в сети Интернет // *Вестник Удмуртского Университета*. 2013. Вып. 21.
- [12] *Овчинников Ю.Д., Нечитайло Е.С.* Программа Инстаграм (Instagram) в аудиовизуальных технологиях обучения // *Наука, техника и образование*. 2015. № 1.
- [13] *Семёнов С.А.* Фотография как социальное явление // *Системная психология и социология*. 2014. № 4.
- [14] *Сибирко А.И., Винокуров Ф.Н.* Мотивация пользователей социальных сетей // *Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире*. 2014. Т. 2. № 6.
- [15] *Ушаков А.А.* Интернет-дискурс как особый тип речи // *Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2. «Филология и искусствоведение»*. 2010. № 4.
- [16] *Флджян Л.Г.* Об особенностях межкультурной коммуникации в сетевом пространстве // *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. Тамбов, 2013. № 8.
- [17] *Шарков Ф.И.* Визуализация медиастранства средствами коммуникации. URL: http://www.ranepa.ru/news/item/download/2217_82923cf7f78291a14f9698dd5fccb1a4.html.
- [18] *Юстина Н.И.* Влияние визуальной коммуникации на идентификацию в современном российском обществе: Автореф. дисс. к.с.н. Новочеркасск, 2012.
- [19] *Ouellette J.* Me, Myself and Why: Searching for the Science of Self. N.Y., 2014.
- [20] *Wortham J.* My Selfie, Myself. URL: http://www.nytimes.com/2013/10/20/sunday-review/my-selfie-myself.html?pagewanted=all&_r=3&.

ACTUALIZATION OF THE INTERCULTURAL DIALOGUE IN THE INTERNET

М.Е. Lipatova¹, А.А. Bogatyreva²

¹Sociology of Communicational Systems Chair
Lomonosov Moscow State University
Leninskie Gory, MGU, 3d building, Moscow, Russia, 119234

²Ingush State University
*Magistralnaya str., 39, municipality Gamurzievo,
Nazran, Ingush Republic, Russia, 386132*

The article considers the main directions of the intercultural dialogue in the Internet. Based on the analysis of the nature of intercultural communication in the Internet the authors identify features that characterize the Internet as a tool for intercultural communication providing its users wide opportunities for implementing the idea of intercultural dialogue. The authors analyze new types and forms of communication that change and improve the cross-cultural interaction in the Internet; the online network communities that turn to be the continuation and a new dimension of traditional structures of social and cultural life, and represent a special socio-cultural space, in which the existing social reality transforms and develops into a new form of everyday life. The article considers different approaches to the study of the current role of the Internet as a means of intercultural communication, including the specifics of the Russian Internet in achieving this goal; the resources of intercultural dialogue, in particular visual communication as a nowadays tool for intercultural communication in the Internet. The authors show the widest range of possibilities for the dialogue provided by various social networks today — these resources can act as both a platform for communication of large social groups and a service for correspondence between individuals.

Key words: information visualization; Internet; communication; intercultural communication, intercultural dialogue; culture; social networks; photography.

REFERENCES

- [1] *Abrosimova N.V.* Molodjzh' o fotografii [Youth about the photo]. *Paradigmata poznání.* 2014. № 4.
- [2] *Aksak V.A.* Obshhenie v seti Internet [Communication in the Internet]. M., 2006.
- [3] *Alekseeva M.A.* Social'nye seti kak faktor razvitija mezhkul'turnoj kommunikacii [Social networks as a factor of intercultural communication development]. URL: <http://econf.rae.ru/pdf/2012/10/1709>.
- [4] *Berger A.* Videt' — znachit verit'. Vvedenie v zritel'nuju kommunikacij [To See is to Believe. Introduction to Visual Communication]. M., 2005.
- [5] *Bitkov L.A.* Social'nye seti: mezhdu massovoj kommunikaciej i mezhlichnostnym obshheniem [Social networks: Between mass and interpersonal communication]. *Vestnik Cheljabinskogo gosudarstvennogo universiteta.* 2012. № 28.
- [6] *Gevorkjan K., Fedina I.M.* Istorija razvitija fotografii v Rossii [History of the development of photography in Russia]. *Kurorty. Servis. Turizm.* 2013. № 2.
- [7] *Gladkova A.A.* Kul'turnyj i lingvisticheskij pljuralizm v kiberprostranstve Rossii [Cultural and linguistic pluralism in the Russian cyberspace]. *Mezhkul'turnye kommunikacii v sovremenom mire: rol' SMI / Sost. i nauch. red. D.L. Strovskij, O.V. Il'ina.* Ekaterinburg, 2014.
- [8] *Zhuchzhuai Lou.* Osobennosti processa mezhkul'turnoj kommunikacii mezhdu Rossiej i Kitaem v seti internet [Features of the intercultural communication between Russia and China in the Internet]: Diss. k.s.n. M., 2003.

- [9] *Kolesnikova D.A.* Fotografija kak sposob konstituirovaniya social'noj real'nosti [Photography as a Way of Constructing Social Reality]: Diss. k.f.n. SPb., 2011.
- [10] *Konceptsii Selfi* [The concept of Selfie]. URL: <http://slon.ru/biz/1100720>.
- [11] *Novikova L.A.* Abbreviacija kak fenomen mezhkul'turnoj kommunikacii v seti Internet [Abbreviation as a phenomenon of intercultural communication in the Internet]. *Vestnik Udmurtskogo Universiteta*. 2013. Vyp. 21.
- [12] *Ovchinnikov Ju.D., Nechitajlo E.S.* Programma Instagram v audiovizual'nyh tehnologijah obuchenija [Instagram among audiovisual technologies of training]. *Nauka, tehnika i obrazovanie*. 2015. № 1.
- [13] *Semjonov S.A.* Fotografija kak social'noe javlenie [Photography as a social phenomenon]. *Sistemnaja psihologija i sociologija*. 2014. № 4.
- [14] *Sibirko A.I., Vinokurov F.N.* Motivacija pol'zovatelej social'nyh setej [Motivation of the social networks users]. *Fundamental'nye i prikladnye issledovanija v sovremennom mire*. 2014. T. 2. № 6.
- [15] *Ushakov A.A.* Internet-diskurs kak osobyj tip rechi [Internet discourse as a special type of speech]. *Vestnik Adygejskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija 2 "Filologija i iskusstvovedenie"*. 2010. № 4.
- [16] *Fldzhjan L.G.* Ob osobennostjah mezhkul'turnoj kommunikacii v setevom prostranstve [On the peculiarities of intercultural communication in social networks]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*. Tambov, 2013. № 8.
- [17] *Sharkov F.I.* Vizualizacija mediaprostranstva sredstvami kommunikatsii [Visualization of the media space by the communication tools]. URL: http://www.ranepa.ru/news/item/download/2217_82923cf7f78291a14f9698dd5fccb1a4.html.
- [18] *Justina N.I.* Vlijanie vizual'noj kommunikacii na identifikaciju v sovremennom rossijskom obshhestve [Impact of Visual Communication on Identification in the Contemporary Russian Society]: Avtoref. diss. k.s.n. Novoчеркассk, 2012.