

## ПРОБЛЕМА ИНТЕРНЕТ-ЗАВИСИМОСТИ В СВЕТЕ КЛАССИЧЕСКИХ ТЕОРИЙ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Новые медиа, в особенности Интернет, развивающиеся быстрыми темпами, не только изменяют образ жизни людей, но и существенно трансформируют всю систему взаимоотношений между индивидами, медиа и обществом. На протяжении нескольких десятков лет исследования этих взаимосвязей строятся на солидной теоретической платформе – теории обретения пользы и удовлетворения и теории зависимости от медиасистемы. Интернет-зависимость обычно концептуализируется как зависимая переменная в форме избыточного и неконтролируемого взаимодействия с медиа, и особенно в плане продолжительности контакта. В новой информационной среде отношения зависимости от медиа становятся более разнообразными, поскольку аудитория вовлекается в производство и распространение информации. В статье предпринимается попытка обобщить результаты исследований зависимости от новых медиа, базирующихся на указанных теоретических основаниях.

*Ключевые слова:* массовая коммуникация, теория, медиазависимость, обретение пользы и удовлетворения, новые медиа, Интернет.

Развивающийся быстрыми темпами Интернет и рост его популярности среди людей с широким спектром бэкграундов и образования привлекают пристальное внимание исследователей массовой коммуникации. Многочисленные научные работы подтверждают захватывающие фундаментальные трансформации, когда новые медиа становятся неотъемлемой частью повседневной жизни людей во всем мире. Более чем любое другое средство информации, Интернет предполагает активную аудиторию, указывая на то, что его использование целенаправленно.

Благодаря своей природе Интернет вольно обращается с компонентами традиционной модели массовой коммуникации «источ-

ник – сообщение – получатель», объединяя их то в обычные последовательности, то в совершенно новые конфигурации. Коммуникации через Интернет принимают разные формы, которые можно представить в виде континуума. Каждая точка в традиционной модели процесса коммуникации может варьироваться от одной до нескольких или даже многих в Интернете. Число получателей или аудитория этих сообщений могут ограничиваться одним человеком или составлять миллионы людей, которые способны менять свои роли потребителей сообщений на их производителей.

Вопрос воздействия коммуникации через Интернет на аудиторию представляет особую важность. Поскольку Интернет используется как для информации, так и для развлечения, важно знать, является ли он функциональным эквивалентом других развлекательных медиа и не возникает ли у аудитории привыкание к определенным видам коммуникации и развлечений в Сети. Интернет вызывает сдвиг традиционных моделей медиаповедения и медиапотребления и, как следствие, способствует формированию новых отношений зависимости.

Для изучения того, как медиа в целом и Интернет-ресурсы в частности обеспечивают индивидам достижение их целей, используются два теоретических подхода – обретения пользы и удовлетворения и зависимости от медиасистемы: первый исходит из того, что потребитель сам контролирует доступ к медиаконтенту, тогда как второй утверждает о его зависимости от медиа для достижения своих целей.

## Две теории

Теория обретения пользы и удовлетворения – это аудитория-центрический подход к исследованию массовой коммуникации, согласно которому, если понять, с какой целью люди используют медиа, то можно объяснить характер их взаимоотношений с медиа. Эта теория увязывает понятия «использование», «пользование» и «польза» с такими психологическими детерминантами, как потребность и мотивация. По существу, рассуждения строятся на анализе двух параметров – поведенческих моделей и продолжительности контакта с медиа.

Исследователи пытались понять социальные и психологические корни потребностей, которые порождают различные модели медиапользования, в том числе для удовлетворения этих потребностей<sup>1</sup>. В теории обретения пользы и удовлетворения с моделями

поведения связаны два типа использования медиа – ритуальный и инструментальный. В новом медиаконтексте такие параметры активности аудитории, как «активный селектор» и «случайный наблюдатель», недостаточны для понимания сути активности пользователей. На первый план выходит одна из самых важных характеристик современной информационной системы – подбор информации под заказ, пожалуй, самое популярное применение Интернета, позволяющее индивиду организовывать поиск любой нужной информации<sup>2</sup>.

Во многих отношениях теория зависимости от медиасистемы более привлекательна, чем подход обретения пользы и удовлетворения, для объяснения отношений между индивидами и медиа. Обеспечивая более широкую теоретическую базу для изучения взаимоотношений индивидов, медиа и общества, теория медиазависимости исходит из того, что в определенных структурах общественных и медиальных систем индивиды активно ищут каналы в целях удовлетворения собственных потребностей, мотивов и желаний. Однако, взаимодействуя с социальными и коммуникационными системами, они меняют свои потребности и мотивы в зависимости от контекста. Зависимость или независимость от конкретного средства информации опирается на индивидуальные мотивы использования медиа и наличие функциональных альтернатив.

В современном обществе потенциально властная роль массмедиа вытекает из их контроля над информационными ресурсами, к которым индивиды или группы индивидов должны получать доступ, чтобы достигнуть своих целей. Масштаб личных или групповых целей, требующих доступа к информации, растет по мере усложнения общества и его культуры<sup>3</sup>.

Суть теории медиазависимости заключается в том, что чем больше индивид зависит от средства информации для достижения своих целей, тем важнее это средство информации для индивида. Она концептуализирует медиа в качестве основных информационных систем общества и связей между индивидами и социальной структурой. Далее она предполагает, что влияние медиаобщений на перцепции аудиторий есть показатель того, насколько аудитории зависят от массмедиа как источника информации, необходимой для достижения цели.

Идея медиазависимости впервые была изложена в статье Сандры Болл-Рокешо и Мелвина Дефлера<sup>4</sup>, где авторы попытались объяснить, почему медиа по-разному влияют – в когнитивном, эмоциональном и поведенческом планах – на разных людей. Постепенно эта идея развилась в более сложную теорию, которая

рассматривает взаимоотношения между медиа и индивидами на микроуровне и между медиа и социальными системами (политической, экономической и др.) на макроуровне<sup>5</sup>. Эти отношения структурной зависимости определяют и устанавливают параметры и контекст индивидуальных отношений зависимости с учетом таких дополнительных переменных, как социальная среда, специфика функционирования медиасистемы, личностные характеристики потребителя и т. п.

Отношения зависимости на микроуровне (воздействие различных медиаисточников на индивидов как потребителей) выражены в трех общих параметрах: понимание, ориентация, игра. Далее каждый из этих параметров делится на две подкатегории: личную и социальную, выделяя шесть типов отношений медиазависимости на уровне индивида.

Понимание:

- понимание себя (например, осознавать себя как личность);
- понимание общества (например, познавать и интерпретировать мир вокруг себя).

Ориентация:

- ориентация действия (например, решать, что купить, как одеваться и т. д.);
- ориентация взаимодействия (например, улавливать подсказки, как поступать в определенной ситуации).

Игра:

- индивидуальная игра (например, расслабляться в одиночестве);
- социальная игра (например, ходить в кино или слушать музыку в кругу семьи или с друзьями)<sup>6</sup>.

Власть медиа в современном обществе базируется на асимметричных отношениях между индивидами и медиасистемой. Индивиды и межличностные сети не контролируют ресурсы, которые напрямую влияют на благополучие этих систем<sup>7</sup>. Медиасистема осуществляет контроль над ресурсами, которые непосредственно влияют на достижение целей индивидами и межличностными сетями в области понимания и ориентации. Такая асимметрия, в частности, возникает в периоды социальных перемен или драматических конфликтов, когда возрастает потребность в информации<sup>8</sup>. Помимо подобных периодов, есть проблемы, которые вне личного опыта граждан, поэтому они вынуждены обращаться к информации, представленной в медиа другими людьми. Дисбаланс между индивидами и медиасистемой может исчезнуть, если пользователь получит доступ к альтернативным медиа и немедийным опциям.

Но, несмотря на определенные усилия, большинству исследователей не удалось расширить свой анализ до структурных отношений зависимости на макроуровне, поэтому первоначальный акцент теории на трехсторонних отношениях «общество – медиа – индивид» сместился на индивидуальные отношения медиа-зависимости.

По С. Болл-Рокешо, в современном капиталистическом обществе самые значимые отношения на макроуровне – это отношения медиа с экономической и политической системами<sup>9</sup>. Они кажутся относительно симметричными, поскольку выживание каждой из трех систем зависит от двух других. Политическая система, например, зависит от медиа, которые укрепляют социальные ценности и нормы, способствуют поддержанию порядка и помогают мобилизовать граждан. Средства информации, со своей стороны, ждут от политических институтов легитимации своего статуса, рассчитывают на юридическую и законодательную защиту, а также рассматривают их в качестве неиссякаемого источника материала.

Взаимоотношения между тремя системами бывают двух типов – равенства и подчинения. В капиталистическом обществе медиасистема поддерживает свободное предпринимательство и пропагандирует капиталистические ценности. В авторитарных государствах правительства и/или правящие партии выделяют значительные финансовые ресурсы медиасистемам, которые, в свою очередь, обязаны осуществлять идеологический контроль и пропагандистскую работу. Структурные отношения зависимости или независимости между медиа и общественными системами (особенно социоэкономической) определяют структурные рамки деятельности медиа и, следовательно, формируют поток информации, от которой зависит индивид.

### Интернет-зависимость

В 1998 г. С. Болл-Рокешо, предвосхищая эффект новых медиа на феномен медиазависимости, подчеркнула: «Таким образом, Интернет вторгается в традиционные отношения за счет интеграции в расширяющуюся медиасистему, способствуя достижению целей понимания, ориентации и игры, которые становятся доступными для индивидов, групп и организаций благодаря отношениям медиазависимости»<sup>10</sup>.

Современный характер медиазависимости дополнен уникальными чертами, привнесенными новыми медиа, включая среду со-

циальных медиа и уникальные контенты, доступные благодаря парципаторному использованию. Кроме того, он учитывает масштаб и интенсивность отношений, которые у людей складываются с Интернетом в повседневной жизни в том смысле, что Интернет стал незаменимым.

Интернет-зависимость обычно концептуализируется как зависимая переменная в форме избыточного и неконтролируемого взаимодействия с медиа, особенно в отношении времени их использования. Изучив проблему степени погруженности индивида в поиск информации, исследователи высказывают предположение, что регулярное использование Интернета для углубленного поиска подробной информации (на узкие темы) или любого другого источника для поиска специализированной информации индексирует зависимость индивида от этого источника больше, чем общий и неспецифический контакт<sup>11</sup>.

У каждого человека, по всей вероятности, складывается собственный набор медиа, образующий матрицу из типов использования и медиа. Этот медиамикс соответствует целям индивида, причем он разный у разных людей в разное время. Данный микс – часть более крупного информационного набора, включающего и межличностную коммуникацию. Существование такого микса не означает, что какое-то одно средство информации служит единственным источником информации, которая нужна индивиду, чтобы достичь цели или реализовать потребность. Однако этому миксу присуща относительная стабильность, хотя и с некоторыми вариациями, в течение короткого времени, но его состав претерпевает серьезные изменения в случае нарушения доступа к существующим медиа и появления новых медиапродуктов.

Согласно теории медиазависимости, средства информации получают наибольшую власть либо когда основные медиа контролируют источники информации, которые иначе не были бы доступны для аудитории, либо когда отсутствуют альтернативные медиа. Этот контроль и является источником власти медиа<sup>12</sup>. Однако маловероятно, что ведущие средства информации смогут и впредь сохранять за собой исключительный контроль. В последние десятилетия растет число источников информации, но простое существование этих новых возможностей не означает, что большинство людей откажутся от основных медиа. Исследования селективной экспозиции говорят о том, что сама возможность выбирать между различными источниками информации не ведет к тому, что люди склоняются в сторону близких им по духу средств информации или немедийной информации<sup>13</sup>.

Альтернативные источники информации существуют давно, но Интернет открыл новые форумы общения, которые оказывают многочисленные и разнообразные влияния на коммуникацию, и фрагментация аудитории – одно из последствий<sup>14</sup>.

Идея медиамикса не исключает, что дальнейшее развитие Интернета породит новые источники информационной зависимости, но не указывает на то, что использование Интернета полностью заменит существующие медиа, хотя для некоторых это заметно уже сейчас. В общем объеме времени, проводимом с существующими медиа, онлайн-доля определяется степенью зависимости, мотивирующей использование Интернета.

Исследования проблемы взаимодействия со средствами массовой информации показывают, что на выбор медиа влияет широкий диапазон восприятий, целей, потребностей. Более того, индивиды вступают в контакт с контентом очень избирательно<sup>15</sup>. В данном случае относительной предрасположенностью может быть недоверие и скептицизм. Было бы резонно предположить, что индивиды с низким уровнем доверия к ведущим медиа станут обращаться к альтернативным источникам информации. Утверждается, что у медиаскептиков более широкий микс источников информации и доля новостей из ведущих средств информации в их медиадиете меньше<sup>16</sup>.

С проблемой медиазависимости связан вопрос, замещает или дополняет доступ к онлайн-информации использование традиционных медиа, в частности газеты, радио и телевидение, и в какой мере.

Так, на объем времени использования онлайн-газет влияют демографические переменные (возраст, пол, образование и доход). Что касается поиска информации на конкретные темы, то по степени полезности онлайн-газеты пока не могут конкурировать с печатными изданиями или телевидением<sup>17</sup>. Похоже, что онлайн-газеты служат дополнением, а не заменой других новостных медиа, хотя борьба за внимание потребителей усиливается. Однако круг тех, кто кардинально меняют шаблоны медиапотребления, постоянно расширяется: люди совсем отказываются от традиционных медиа, переключаясь на Интернет, который обеспечивает: почти мгновенную доставку информации; интерактивную обратную связь; передачу мультимедийного контента; доступ к большому объему дешевой подробной информации.

Именно эти «относительные достоинства объясняют популярность и потенциальную роль Интернета в формировании отношений зависимости между индивидами и медиапродюсерами на микроуровне»<sup>18</sup>.

В случае с онлайн-медиа мы видим, что теория медиазависимости занимает позицию ближе к социальному конструктивизму, чем к технологическому детерминизму. Цифровые платформы рассматриваются как обязательный элемент в существующей макросети взаимосвязанных социальных систем. Даже в Интернете индивиды по-прежнему ставятся в асимметричные отношения зависимости потребителей от привилегированных производителей. В то же время эта теория допускает, что люди, обладающие нужными ресурсами, могут играть роль создателей контента. Благодаря новым коммуникационным технологиям микроотношения медиазависимости становятся более разнообразными, поскольку аудитория вовлекается в производство и распространение информации. В этом процессе пересмотра структур зависимости, однако, традиционным медиа удастся сохранить большую часть своего обычного влияния.

Теории обретения пользы и удовлетворения и зависимости от медиасистемы многие исследователи используют для анализа социальных явлений, связанных с медиа. Несмотря на то что эти теории, как и большинство других, непротиворечивы, они вполне укладываются в дефиницию теории, предложенную Эстер Хаак, которая утверждает, что теории рождаются не для того, чтобы доказывать, что что-то правильно или ложно<sup>19</sup>. Хорошая теория развивается и меняется с течением времени, опираясь на вклад тех, кто ее использует.

Опираясь на теории обретения пользы и удовлетворения, исследователи подтверждают существование медиазависимости, которая проявляется в отношениях власти между теми, кто обеспечивает доступ к информации, и теми, кто ее ищет. Интернет не только изменяет образ жизни людей, но и трансформирует систему взаимоотношений индивидов, медиа и общества. Зависимость – это обратная сторона контроля.

#### Примечания

---

<sup>1</sup> См.: *Katz E., Blumler J.G., Gurevitch M.* Uses and gratifications research // *Public Opinion Quarterly*. 1973–1974. Vol. 37. P. 509–523.

<sup>2</sup> См.: *Cho Y.* New Media Uses and Dependency Effect Model: Exploring the Relationship Between New Media Use Habit, Dependency Relation, and Possible Outcomes: A Dissertation for the degree of Doctor of Philosophy. New Brunswick, NJ, 2009 [Электронный ресурс] // Rutgers University Community Repository. URL: <https://rucore.libraries.rutgers.edu/rutgers-lib/25730/pdf/1> (дата обращения: 30.08.2014).

- <sup>3</sup> См.: *Ball-Rokeach S.J.* A Theory of Media Power and a Theory of Media Use: Different Stories, Questions, and Ways of Thinking // *Mass Communication and Society*. 1998. Vol. № 1 (1). P. 16.
- <sup>4</sup> См.: *DeFleur M.L., Ball-Rokeach S.* Theories of Mass Communication. 4<sup>th</sup> ed. White Plains, NY: Longman, 1989.
- <sup>5</sup> См.: *Ball-Rokeach S.J., Rokeach M., Grube J.W.* The Great American Values Test: Influencing Behavior and Belief Through Television. N.Y: The Free Press, 1984.
- <sup>6</sup> См.: *DeFleur M.L., Ball-Rokeach S.* Op. cit. P. 305.
- <sup>7</sup> См.: *Ball-Rokeach S.J.* Op. cit. P. 17.
- <sup>8</sup> См.: *Ball-Rokeach S.J., DeFleur M.L.* A Dependency Model of Mass-Media Effects // *Communication Research*. 1976. Vol. № 3 (1). P. 3.
- <sup>9</sup> См.: *Ball-Rokeach S.J.* Op. cit. P. 17.
- <sup>10</sup> Ibid.
- <sup>11</sup> См.: *Riffe D., Lacy S., Varouhakis M.* Media System Dependency Theory and Using the Internet for In-Depth, Specialized Information (The Web Journal of Mass Communication Research. 2008. Vol. 11. Jan.) / Ohio University [Электронный ресурс]. URL: <http://www.scripps.ohiou.edu/wjmc/vol11/> (дата обращения: 30.08.2014).
- <sup>12</sup> См.: *Jacob N., Edmund G.* No Alternatives? The Relationship Between Perceived Media Dependency, Use of Alternative Information Sources, and General Trust in Mass Media // *International Journal of Communication*. 2010. Vol. 4. P. 591.
- <sup>13</sup> См.: *Stroud N.J.* Media Use and Political Predispositions: Revisiting the Concept of Selective Exposure // *Political Behavior*. 2008. Vol. 30. P. 342.
- <sup>14</sup> См.: *Jacob N., Edmund G.* Op. cit. P. 591.
- <sup>15</sup> См.: *Katz E., Blumler J. G., Gurevitch M.* Op. cit.
- <sup>16</sup> См.: *Tsfati Y., Cappella J.N.* Do People Watch What They Do not Trust?: Exploring the Association Between News Media Skepticism and Exposure // *Communication Research*. 2003. № 30 (5). P. 518.
- <sup>17</sup> См.: *De Waal E., Schönbach K., Lauf E.* Online Newspapers: A Substitute or Complement for Print Newspapers and other Information Channels? // *Communication*. 2005. Vol. 30 (1). P. 69.
- <sup>18</sup> См.: *Riffe D., Lacy S., Varouhakis M.* Op. cit.
- <sup>19</sup> См.: *Haack S.* Defending Science – Within Reason: Between Scientism and Cynicism. N.Y.: Prometheus Books, 2006.