

Nauka.me

3  
2018

nauka.me. 2013-2021

ISSN 2413-2888

URL - <http://nauka.me>

All right reserved

Issue 3 Volume . 2018

# INTERNET AS A SPACE FOR GR-COMMUNICATIONS: NETWORK FEATURES AND THEIR SIGNIFICANCE IN GOVERNMENT RELATIONS

**Tatiana Cherkashchenko**

*Saint Petersburg State University*

*7-9 Universitetskaya Emb., St Petersburg 199034, Russia*

## Abstract

Study considers the features of digital GR-communications related to the specific properties of the network space. The author analyzes and describes the theoretical aspects of such characteristics of the Internet as: multidirectionality, interactivity, hypertextuality, anonymity and physical unrepresentation, temporal deformation and the possibility of permanent fixation of communicative acts.

**Keywords list (en):** PR, GR, INTERACTION OF BUSINESS AND GOVERNMENT, WEB-TECHNOLOGIES, COMMUNICATION TECHNOLOGIES, GR-TECHNOLOGIES

**Date of publication:** 21.10.2018

**Acknowledgment:**

-

**Citation link:**

Cherkashchenko T. INTERNET AS A SPACE FOR GR-COMMUNICATIONS: NETWORK FEATURES AND THEIR SIGNIFICANCE IN GOVERNMENT RELATIONS // nauka.me. – 2018. – Issue 3 [Electronic resource]. URL: <https://nauka.me/s241328880000120-6-1/> (circulation date: 10.05.2021). DOI: 10.18254/S0000120-6-1

# 1 ИНТЕРНЕТ КАК ПРОСТРАНСТВО ДЛЯ GR-КОММУНИКАЦИЙ: ОСОБЕННОСТИ СЕТИ И ИХ ЗНАЧЕНИЕ В КОНТЕКСТЕ GR

2 Из всех технологий, доступных специалистам по взаимодействию с органами власти на сегодняшний день, интернет-технологии являются наименее изученными, хотя сокращение дистанции между субъектами GR-коммуникации дарит широкие возможности построения качественно новых отношений между ними. Практика их применения остаётся теоретически неосмысленной, несмотря на стабильно высокие, но чаще – самостоятельные интересы к GR-стратегиям и к веб-технологиям. Вместе с тем, о возникновении виртуального института лоббирования авторы писали ещё в 2012 г., называя электронный лоббизм *одной из форм представительства общественных интересов, основным инструментом которого является информационное воздействие на центры принятия политических решений*<sup>1</sup>. Именно специфические свойства Интернета превращают Сеть в самую перспективную из существующих информационных сред. Они позволяют не только решать коммуникативные задачи оперативно и эффективно, но и осуществлять контроль над проводимыми процессами. Поэтому мы решили рассмотреть некоторые из этих свойств в контексте GR-целей, чтобы оценить потенциал Интернета как пространства для взаимодействия бизнес-субъектов, некоммерческого сектора и гражданского общества с представителями органов власти.

3

## Многонаправленность

Коммуникации в Сети могут осуществляться в различных направлениях. Здесь под направлением мы подразумеваем *состав субъектов коммуникации, соотношение источников и получателей*. Западный исследователь М. Моррис пишет о четырёх формообразующих категориях:

1. асинхронная коммуникация «индивид – индивид», наилучшим примером которой служит электронная переписка;
2. асинхронная коммуникация «многих с многими» (форумы и доски объявлений);
3. синхронная коммуникация «индивид – индивид» или «индивид – группа» (чаты);
4. асинхронная коммуникация, в процессе которой пользователь разыскивает интересующую информацию самостоятельно (обращение к веб-сайтам)<sup>2</sup>.

Доступная сетевым акторам многонаправленность позволяет в асинхронной коммуникации «один ко многим» симулировать коммуникацию «многие – многим», а в асинхронной коммуникации «многие ко многим» – «один к одному». Это означает, что влияние на получателя может осуществляться в различных направлениях и восприниматься как исходящее из нескольких источников<sup>3</sup>, что формирует синергию и умножает эффективность воздействия. В качестве образца может выступить транслирование в сетевых СМИ мнение одного заинтересованного лица: в то время как для получателя интернет-сообщения материал представляется объективным, фактически в создании текста могли принять участие журналист, редактор, администратор портала, его учредитель или владелец. Другой пример – как рекламный продукт, созданный командой (копирайтер, дизайнер) путем активного использования форм императива первого лица единственного числа формирует впечатление обращенности одного субъекта к каждому лично. В обоих случаях впечатление личного обращения адресанта к пользователю в сравнении с традиционными СМИ усиливается вследствие изолированного нахождения реципиента наедине с компьютером или иным устройством, посредством которого осуществляется коммуникация. Это свойство в том числе обуславливает и замену «традиционно присущего медиа эффекта присутствия» на эффект участия, о котором пишут современные исследователи<sup>4</sup>. Свойство многонаправленности дарит дополнительные преимущества интернет-коммуникациям: благодаря ему становится

возможной организация взаимодействия неограниченного числа коммуникантов «в режиме, комфортном для любого из участников [...] это позволяет в реальном времени управлять параметрами коммуникации, выстраивая такую систему, при которой происходит равноправное взаимодействие между субъектом и его аудиторией, а также поддерживается востребованный адресатом формат общения»<sup>5</sup>. Таким образом, многонаправленность расширяет возможности в сфере управления коммуникационными процессами. Данный параметр имеет особую значимость в контексте изучения потенциала веб-технологий, используемых в рамках GR-стратегий.

4

### **Интерактивность и гипертекстуальность**

Возможность осуществления многонаправленной интернет-коммуникации определяется другой важнейшей характеристикой Сети – интерактивностью. В данном контексте под интерактивностью мы понимаем *способность информационно-коммуникационной системы активно и адекватно реагировать на действия её пользователя*. Интерактивность не инновационна. Она не родилась вместе с Интернетом, она «существовала с того момента, как явления культуры стали ориентироваться на удовлетворение воспринимающего их»<sup>6</sup>. Но здесь она тесно связана с гипертекстуальностью. Традиционный линейный характер репрезентации информации и её потребления постепенно вытесняется многомерным пространством Сети, подразумевающим *нелинейную организацию представления и передачи знаний*. Благодаря гипертексту сообщения считаются не только традиционным образом; гипертекст позволяет комфортно производить их глубинный анализ. Это формирует преимущества для обеих сторон виртуальной коммуникации: так, производителям информационных продуктов ссылки на различные объективные источники помогают значительно повысить уровень качества, а иногда и верифицируемости предоставляемых сведений. Потребителю интерактивная разметка и поисковые машины, помимо предоставления альтернативных данных, позволяют самостоятельно интерпретировать увиденные факты. Посредством нелинейной организации содержания сообщений со стороны адресанта и нелинейного восприятия сообщений со стороны адресата, каждый пользователь «может самостоятельно выстраивать уникальную многоуровневую цепочку переходов по ссылкам и в конечном итоге получить гипертекстовое сообщение, в наиболее полной мере удовлетворяющее его запросы»<sup>7</sup>. Таким образом, сетевая интерактивность расширяет круг коммуникационных возможностей в GR, способствуя привлечению внимания, установлению контакта, формированию лояльности; кроме того, она является инструментом, позволяющим оперативно получать отклик от аудитории. Представляется, что главным следствием, достигнутым благодаря интерактивности и гипертекстуальности, является повсеместный отказ коммуникантов от «однаправленных способов коммуникации»<sup>8</sup> и, соответственно, постепенный переход от обезличенного массового информирования к конструктивным, оперативным и динамичным диалогам.

5

### **Анонимность и физическая непредставленность**

Анонимность характерна для подавляющего большинства форм общения в Интернете вследствие технической опосредованности Сети. Несмотря на традиционную для социальных сетей и иных электронных площадок политику открытости и общедоступности, сведений анкетного характера редко бывает достаточно для адекватного восприятия индивида. Более того, зачастую сокрытие данных или указание ложных сведений, формирующие определенный образ адресанта, служат целям реализации тех или иных коммуникационных стратегий. Получается, анонимность, недоступная актерам в процессе живого общения, влечет за собой целый ряд последствий. При изучении публичного пространства Сети и его потенциала в

решении GR-задач принципиальным становится *возможность создания сетевой идентичности, зачастую отличающейся от реальной*. Особое значение эта возможность обретает при использовании не прямых методов обращения к органам власти, в том числе для посредников и порождаемых третьих лиц: «анонимность общения в Интернете обогащает возможности самопрезентации человека, предоставляя ему возможность не просто создавать о себе впечатление по своему выбору, но и быть тем, кем он захочет. То есть, особенности коммуникации в Интернете позволяют человеку конструировать свою идентичность по своему выбору»<sup>9</sup> – утверждает А.Е. Жичкина. Исследователи обращают внимание на типичную для Сети девальвацию значимости пола, возраста, этнического происхождения, социального статуса и внешней привлекательности, подтверждая возрастание значения коммуникативной компетентности<sup>10</sup>. Таким образом, навыки «письменной риторики» и «заочного убеждения» являются определяющими в достижении успеха индивидом в виртуальной реальности. Те же свойства порождают дистанцирование от социальной стратификации и уравнивание статусов. Фактически, анонимность предоставляет пользователям равные возможности для самовыражения, превращая Сеть в пространство внестатусных коммуникаций, где информация и коммуникация становятся доступными любому другому индивиду вне зависимости от их статусов, поскольку «статус упразднен Сетью как принцип»<sup>11</sup>. Данный феномен Д. Сулер связывает с термином «сетевая демократия». Другой исследователь веб-технологий – Г. Рейнгольд идет далее, называя Интернет тем средством, которое способно «выровнять баланс власти между гражданами и политическими баронами»<sup>12</sup>. Анонимность и деперсонализация Интернета реконструируют иерархию доступа к органам управления. Потенциально они способны сдвинуть основы института лоббизма, поскольку технологии с интуитивно понятными интерфейсами в сочетании с возможностью оперативного объединения, взаимодействия и координации действий позволяют продвигать интересы напрямую, избавляясь от посредников или создавая виртуальных посредников (симулируя их). В перспективе это означает, что «круг лиц, постоянно участвующих в управлении обществом, может расширяться до всего активного населения страны»<sup>13</sup>.

6

### **Темпоральная деформация (трансформация времени)**

Автор книги «Психология киберпространства» Д. Сулер считал, что сетевое пространство создает *качественно новое темпоральное пространство, в котором поддержание интеракций способствует растягиванию субъективного ощущения времени*. Оно, в свою очередь, обеспечивает комфорт в так называемой «зоне рефлексии»<sup>14</sup>. Возможность отсроченной реакции на обращения принципиально отличает технически опосредованную коммуникацию от живой. Как в синхронной, так и в асинхронной коммуникации время на ответ может растягиваться до бесконечности. Безусловно, эта задержка ситуативна и варьируется в зависимости от формы общения, но во всех случаях актер располагает большим временным промежутком для подготовки ответа в сравнении с очной межличностной коммуникацией. От межличностной коммуникации в письменной форме Интернет отличает сравнительно низкая регламентированность. Нормативные акты, определяющие допустимые периоды ответа<sup>15</sup> распространяются не на все ресурсы; этикета, регулирующего нормы времени на реагирование, не существует; внутренние корпоративные кодексы часто содержат разночтения или противоречия. Таким образом, поскольку в данной сфере регулирование и саморегулирование практически отсутствуют, четкое следование каким-либо единым и общим нормам не обеспечено, как и сами нормы – которые не разработаны в принципе. «Сегодня действие и ответное действие происходят почти одновременно» – писал ещё М. Маклюен<sup>16</sup>. Именно с фактором деформации времени, его растяжением и конденсацией, Д. Сулер связывает стремительность развития Интернета:

«передвижение в виртуальном мире предельно просто и ничем не ограничено. Субъективное внутреннее чувство времени тесно связано со скоростью изменения мира, в котором мы живем. При условии молниеносных перемен видов, звуков и людей, окружающих нас на сетевых дорогах, чувство времени начинает неудержимо акселерировать»<sup>17</sup>. В Сети достигает своего апогея совокупность хронологических несовпадений: то, что у одного индивида «случается» сегодня, другому было известно уже месяц назад; иные события для тех же пользователей происходят одновременно. Таким образом, сетевое время *кардинально отличается от традиционной хронологии как последовательности. Как и гипертекст, оно характеризуется нелинейным течением, скорость которого каждый пользователь регулирует для себя сам.* В данном контексте невозможно не сопоставить данное свойство Сети с базовой категорией теории коммуникации – коммуникативным временем – длительностью и последовательностью коммуникативных актов<sup>18</sup>. Если эффективность коммуникации возрастает в зависимости от продолжительности воздействия информации на реципиента и от регулярности возвращения к одному и тому же сообщению, то гипертекстуальность Сети и трансформация времени позволяют достигать максимальной степени воздействия: пользователь имеет все возможности для того, чтобы отбирать источники, транслирующие сообщение; изучать различные его интерпретации; составлять собственное мнение; и при этом он не ограничен во времени и может возвращаться к информации бесконечное число раз, если она вызывает у него интерес.

7

### **Возможность постоянной фиксации коммуникативных актов**

Переворот, произведенный цифровой эпохой, кроме всего прочего определён непрерывным процессом фиксации всех совершенных действий. Комментарии, публикации, электронные документы и все существующие в сетевом пространстве медиатексты – это коды, шифры и файлы, хранящиеся на серверах: при удалении любой записи из сетевого пространства, информация и о записи, и о факте удаления сохраняется у владельца сайта. Это означает, что в случае необходимости запись может быть восстановлена владельцем сайта или уполномоченными органами (ранее, например, это были ICANN или NTIA)<sup>19</sup>. Таким образом, в отличие от прежней реальности, *сетевая коммуникативная реальность задокументирована в её цельности.* Какие последствия влечет за собой перемещение всех коммуникаций в Интернет и, соответственно, в сторону полной фиксации, пока можно только предполагать. Мы полагаем, что Сеть, выполняя целый ряд функций СМК и СМИ, не является ни средством массовой коммуникации, ни средством массовой информации, а лишь являет собой коммуникационное пространство, в котором располагаются СМИ и СМК. Это пространство представляет собой множество «не связанных между собой областей общения, функционирующих автономно»<sup>20</sup>. Часть ресурсов являют собой открытые площадки, иные – порталы ограниченного доступа, также имеются средства для межличностного общения и частных коммуникаций. На первый взгляд может показаться, что в Сети функционируют два пространства: одно приватное, другое – публичное. «Политическая» сфера, выделенная Д. Вольтоном<sup>21</sup>, является скорее целевой зоной для специалиста по взаимодействию с органами власти: реализация GR происходит непосредственно в публичном пространстве, в отличие от традиционного лоббизма, существующего в политическом пространстве<sup>22</sup>. Но, свойства Сети в части хранения и фиксации информации, которые позволяют фиксировать сетевую коммуникативную реальность в её цельности, оказывают влияние на ситуацию и формируют дополнительное – назовём его «потенциально публичное» пространство. В нем также, как и в публичном пространстве Интернета, могут обсуждаться общественно значимые темы и формироваться общественное мнение, его участники имеют возможность артикулировать общественные интересы, даже это происходит на закрытых площадках, в

группах ограниченного доступа или в технически опосредованных межличностных коммуникациях. Но, за счёт указанных свойств, эти формально приватные коммуникации – могут быть преданы публичности в любой момент, причем, равно как спланированно, так и спонтанно – непреднамеренно. Отсюда предложенное нами определение. В то время как в потенциально публичном пространстве осуществляются приватные по форме и публичные по содержанию коммуникации, в Сети существует и приватное пространство, где осуществляются непубличные коммуникации, содержащие информацию, не имеющую публичного статуса и тематика которых не обладает общественной значимостью. Таким образом, даже если субъект стремится сохранить приватность, осуществляя онлайн-коммуникации, всегда следует помнить о вероятности их перемещения в публичную сферу.

8 \* \* \* Сегодня становление общества и развитие Интернета – два неразрывно связанных, взаимодополняющих фактора; один процесс формирует другой, и наоборот. По своей природе электронная коммуникация, как и сама Сеть – аутопоэтическая система, которая находится в постоянном движении и развитии. Это инфинитный процесс, протекающий на предельно высоких скоростях. Даже при стремительных, не всегда постижимых переменах, отдельного рассмотрения, на наш взгляд, требует симулятивный характер Интернета. Представляется, что в интернет-среде, помимо пространства, в котором происходят традиционные коммуникативные процессы, существует пространство симуляции, *которому свойственны отсылки к реальным коммуникантам и наличие симуляционных сообщений*. Данная особенность формирует как возможности, так и сложности для решения задач GR. Осложнение заключается в том, что на входе нужно превратить референт в симулякр, а на выходе – сделать обратное. Так, пока задействованные в связях с общественностью технологии SEO и SMM не адаптированы под взаимодействие с органами власти, конвертация референтов в симулякры и их обратный перенос в реальное пространство проблематичны для GR-специалистов. В то же время, симулятивный характер Интернета расширяет возможности прямого и косвенного влияния и упрощает способы оперативного формирования повестки дня. Тем не менее, если рассмотреть все аспекты в рамках одной работы не представляется возможным, то проведенный анализ указанных свойств онлайн-коммуникаций позволил нам выделить преимущества интернет-пространства для реализации коммуникационных стратегий GR:

1. Высокая скорость взаимодействия сегментов аудиторий друг с другом и с субъектом GR (обусловлена такими факторами как многонаправленность, доступность контактов, нетрадиционная хронологическая организация).
2. Широкие возможности точной сегментации целевой аудитории (доступны благодаря многонаправленности Сети, отсутствию территориальных ограничений и физической непредставленности: анонимность позволяет индивидам занимать в Интернете ту позицию, которую они могут скрывать в жизни).
3. Чёткость обратной связи (обеспечена интерактивностью и гипертекстуальностью, постоянной фиксацией коммуникативных актов). Здесь же следует упомянуть и богатые возможности её оценки и аналитики, доступные благодаря указанным выше свойствам, а также техническим характеристикам современного интернет-пространства и цифровой среды в целом.

Кроме остального, в контексте текущей макроэкономической ситуации, значение имеет относительно низкая стоимость коммуникаций. Большинство социальных субъектов в современных пост- и даже индустриальных обществах имеют доступ к Сети. По данным специализированного учреждения ООН – Международного союза электросвязи, в 2013 г. к Интернету было подключено 39% населения Земли<sup>23</sup>, в 2015 г. – 43%. Существовавшие некогда финансовые ограничения стремительно теряют свою значимость: с 2008 г. по 2013 г. цены на предоставление доступа к глобальной сети в мире упали на 82%, при этом темпы

падения одинаковы как для развитых, так и для развивающихся стран. Хотя, следует заметить, что в последних стоимость соответствующих услуг по-прежнему относительно высока – 30% от среднемесячного дохода на душу населения<sup>24</sup>. Тем не менее, финансовый аспект свидетельствует о том, что коммерческие компании и общественные организации независимо от своих профилей, уровней развития, объёмов дохода и имеющихся ресурсов имеют возможность использовать в своей деятельности онлайн-коммуникации. Текущее состояние российского рынка GR-услуг: спорная практика принятия управленческих решений, повсеместная финансовая стагнация, низкая вовлеченность и нежелание граждан участвовать в процессах принятия решений, отсутствие у городских властей понимания роли бизнеса в системе экономического развития региона<sup>25</sup> – свидетельствует о недостаточном числе успешных GR-коммуникаций. Теоретическое осмысление GR и включение веб-технологий в практику реализации GR-стратегий способны усовершенствовать выстраиваемые взаимоотношения. Если рассуждать о типовых задачах специалистов по взаимодействию с органами власти, то ряд из них, как показывает практика, в большей или меньшей степени успешно разрешается с помощью Интернета. Очевидно, что Интернет может быть полезен при прямом контакте с органами власти, при организации взаимодействия между органами государственной власти, общественными организациями, широкой общественностью и представителями делового сообщества, при создании коалиций, при мобилизации общественного мнения. Следствием непрерывного развития Сети является возникновение новых способов взаимодействия между индивидами, властью, бизнес-структурами и некоммерческими институтами, одним из которых являются GR-коммуникации. Но, поскольку «продукты современной науки сами по себе ни хороши, ни плохи; их ценность определяется тем, как они используются»<sup>26</sup>, а полную ответственность за развитие digital GR ни один из субъектов коммуникации – ни власть, ни НКО, ни гражданское общество, ни бизнес – взять не может, переход к активному внедрению веб-технологий в GR может быть осуществлён только совместно, координированно и осознанно. Вероятно, задача бизнеса и НКО состоит в вовлечении общества и медиаструктур в качестве посредников GR-коммуникации, обеспечивающих вирусный эффект; интерес граждан заключается в элементарном улучшении собственных жизненных условий, а ответственность представителей органов власти – в принятии правил игры, устанавливаемых теми, кто подчиняется им.

---

#### Remarks:

1. *Фельдман П.Я.* «Электронный лоббизм» как форма коммуникации общества и государства // Труд и социальные отношения. 2012. № 11. С. 71-77.
2. *Morris, M., Ogan, C.* The Internet as Mass Medium [Text] // Journal of Communication. 1996. Vol. 46. № 1.
3. The Impact of Social Media on Public Affairs in China [Videorecording]. – Available at:[>>>>](#)
4. *Мельник, Г.С.* Перспективы медиа в пространстве Интернета [Текст] // Журналистский ежегодник. – 2013. – № 2–1. – С. 10–12.
5. *Ганский, П.Н.* Интернет-пространство как особая коммуникационная среда и его влияние на современные общества [Текст] // Теория и практика общественного развития. – 2015. – № 17. – С. 120–121.
6. *Горалик, Л.* Назову себя Интерактор [Текст] // Русский журнал: 16 сент. 1999; [Электронный ресурс] URL:[>>>>](#) (дата обращения: 25.05.2016).
7. *Ганский, П.Н.* Интернет-пространство как особая коммуникационная среда и его влияние на современные общества. – С. 120.
8. *Калмыков, А. А., Коханова, Л. А.* Интернет-журналистика [Текст]. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.
9. *Жичкина, А.Е.* Социально-психологические аспекты общения в Интернете [Текст]. – 1999.
10. *Черных, А.А.* Мир современных медиа [Текст]. – М.: ИД Территория будущего. – 2007.

11. *Дациук, С.А.* Парадоксальная интенция свободы слова в Интернет [Текст] // XYZ – сетевой проектный журн., 2007; [Электронный ресурс] URL: >>>> (дата обращения: 18.08.2016).
  12. **Цит. по:** *Турунок, С. Г.* Интернет и политический процесс [Текст] // Общественные науки и современность. – 2001. – № 2.
  13. *Песков, Д.Н.* Интернет в российской политике: утопия и реальность [Текст] / Д. Н. Песков // ПОЛИС. Политические исследования. – 2002. – № 1. – С. 31–45. – С. 3.
  14. *Suler, J.* Human Becomes Electric: The Basic Psychological Features of Cyberspace [Text] // The Psychology of Cyberspace. – 1996.
  15. **См. напр.** Федеральный закон от 02.05.2006 № 59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации»
  16. Понимание медиа [Текст]: внешние расширения человека / М. Маклюен; пер. с англ. В. Николаева; закл. ст. М. Вавилова. – М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц»: «Кучково поле», 2003. – С. 1.
  17. *Suler, J.* Human Becomes Electric: The Basic Psychological Features of Cyberspace.
  18. Основы теории коммуникации [Текст]: учебник; под ред. проф. М. А. Василика. – М.: Гардарики, 2005. – С. 30.
  19. **См.:** США отдаёт контроль над корневой зоной DNS [Текст]; [Электронный ресурс] URL: <http://habrahabr.ru/post/113048/> (дата обращения: 25.05.2016).
  20. *Акопов, А.И.* Типологические признаки сетевых изданий [Текст] // Филол. вестн. Рост. ун-та. – 2000. – № 1. – С. 42–44.
  21. *Кривоносов, А.Д., Филатова, О.Г., Шишкина М.А.* Основы теории и практики связей с общественностью. – С. 31.
  22. Технологии и модели GR в Беларуси и России: сравнительный анализ [Текст] / И. В. Сидорская [и др.]; под ред. В. В. Грибанова, И. В. Сидорской, Л. Г. Титаренко. – Мн: БГУ, 2015. – 143 с. – С. 7.
  23. Мир в 2013 г.: факты и цифры, касающиеся ИКТ. – Режим доступа: <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2013-r.pdf>. (дата обращения: 04.08.2014).
  24. Там же.
  25. Проблемы взаимодействия бизнеса и власти в Санкт-Петербурге [Текст] / Исследование по заказу Петербургского GR-клуба. – 2016. – С. 18.
  26. Понимание медиа [Текст]: внешние расширения человека / М. Маклюен; пер. с англ. В. Николаева; закл. ст. М. Вавилова. – М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц»: «Кучково поле», 2003. – С. 7.
-



# Интернет как пространство для GR-коммуникаций: особенности сети и их значение в контексте GR

**Черкащенко Татьяна Андреевна**

*Санкт-Петербургский Государственный Университет*

*199034, Россия, Санкт-Петербург, Университетская набережная, д. 7–9*

## **Аннотация**

В работе рассматриваются особенности реализации GR-коммуникаций в Интернете, обусловленные специфическими свойствами сетевого пространства. Автор проводит анализ и описывает теоретические аспекты таких характеристик Сети как: многонаправленность, интерактивность, гипертекстуальность, анонимность и физическая непредставленность, темпоральная деформация и возможность постоянной фиксации коммуникативных актов.

**Ключевые слова:** взаимодействие бизнеса и власти, связи с общественностью, интернет-коммуникации, интернет-технологии, коммуникативные технологии

**Дата публикации:** 21.10.2018

## **Ссылка для цитирования:**

Черкащенко Т. А. Интернет как пространство для GR-коммуникаций: особенности сети и их значение в контексте GR // nauka.me. – 2018. – Номер 3 [Электронный ресурс].

URL: <https://nauka.me/s241328880000120-6-1/> (дата обращения: 10.05.2021). DOI: 10.18254/S0000120-6-1