

УДК 070:004.738.5

СПЕЦИФИКА ИНТЕРНЕТА КАК ГЛОБАЛЬНОЙ МЕДИА-ПЛОЩАДКИ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ: ПРОБЛЕМНЫЙ АСПЕКТ

© 2013 А.И. Калашников

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 18 декабря 2013 года

Аннотация: В статье дается краткая характеристика ряда проблем, возникающих в связи с функционированием Интернета как медиа-площадки в информационном обществе.

Ключевые слова: Интернет, интернет-СМИ, информационно-коммуникативное пространство, информационное общество.

Abstract: The article gives a brief description of some of the problems arising in connection with the operation of the Internet as a media platform in the information society.

Key words: Internet, Internet mass-media, information and communication space, information society.

Сегодня очевиден рывок в информационно-коммуникативной сфере развития цивилизации, наиболее развитые страны вступили в новую фазу своего развития – так называемое информационное общество. В современном мире информационно-коммуникативная сфера жизнедеятельности приобретает статус, сопоставимый с глобальными политическими и экономическими явлениями.

Современные информационно-коммуникативные концепции и концепция информационного общества тесно связаны с нарастающим значением информационно-коммуникативных технологий в обществе, с усилением воздействия СМИ и СМК друг на друга и на общественные процессы.

Особое значение в связи с развитием информационного общества приобрела глобальная компьютерная сеть Интернет, которая претендует на главенствующее положение среди медиа-площадок, непрерывно наращивая своё влияние.

Пока в научном сообществе ведутся споры, рассматривать ли Интернет как полноценную информационную площадку, неоспоримо, что на практике он уже занял особенное положение среди информационных площадок, став глобальной медиа-площадкой для публицистического диалога.

Развитие компьютерных технологий привело к сближению медиа-площадок в рамках глобального информационно-коммуникативного пространства за счет оцифровки информации. Оцифровке подверглись гигантские массивы

информации (печатные книги, аудиозаписи на различных физических носителях и так далее). Интернет при этом стал основным хранилищем и средством доступа к оцифрованной информации. Он вобрал в себя значительную инструментальную часть других информационных площадок, став наиболее конвергентным медиа. Как следствие, Интернет стал самой динамично развивающейся медиа-площадкой по охвату аудитории и самой влиятельной по воздействию на общемировую общественно-политический порядок.

Интернет – глобальная медиа-площадка обладает рядом специфических особенностей, порождающих различного рода проблемы и противоречия в условиях становления информационного общества.

В частности, ускоренная трансформация ценностных систем повышает вероятность существенных расхождений индивидуальных и групповых ценностных ориентаций [1]. Информационное общество как «духовный водоворот» характеризуется утратой согласия, неспособностью прийти к единому стандарту поведения, общим правилам, языку и так далее – перечисленные проблемы ярко проявляются в Интернете.

Интернет формирует в рамках информационного общества новую культуру потребления – установку на приобретение «вещей одноразового пользования», ускоренное обновление товаров, традиционно считавшихся «товарами длительного пользования» [2]. «Одноразовость» становится характерной приметой публицистических выступлений не только в Сети, но и во всех видах СМИ.

Поскольку в информационном обществе информация является основным товаром, данный процесс затрагивает её в первую очередь. Информационные процессы ускорились: информация быстрее утрачивает актуальность, переходя в разряд неактуальной, новости сменяют друг друга с калейдоскопической быстротой, не успевая получить достаточно глубокого освещения; новостной поток – это скольжение по поверхности описываемых явлений без углубления в анализ происходящего.

В социальных сетях «ВКонтакте» и «Фейсбук» лента новостей представляет собой непрерывный, постоянно обновляемый поток никак не структурированных между собой блоков информации. Проявляется эта тенденция и в СМИ, даже на региональном уровне: например, в интернет-версии популярной воронежской газеты «МОЁ!», на информационном портале «МОЁ! Online Воронеж» [3] список публикаций представляет собой отдельный столбец, в котором помещаются заголовки всех новых текстов в порядке их новизны. Похожие непрерывно обновляемые столбцы из заголовков новых публикаций есть у многих интернет-СМИ. Зачастую навигация в таком потоке информации крайне затруднена: яркий тому пример – электронная версия газеты «Ведомости» [4] образца 2013 года, главная страница которой представляет собой информационный «завал» из множества заголовков.

Кроме несомненных преимуществ, быстрота обмена информацией в современном информационно-коммуникативном пространстве способствует, например, усилению таких негативных явлений как словарное сокращение языков [5]. Речь идет также о ряде изменений в характере восприятия информации: рассеивании внимания интернет-аудитории, предпочтении визуальных форматов текстам и малых текстовых жанров крупным жанрам, невозможности оперативно проверить достоверность информации.

Специфика функционирования интернет-медиа способствует пониманию **информации как сырья**. Для современного общества на нынешней стадии его развития необходима для успешного функционирования более сложная и эффективная организация информационно-коммуникативных систем [6], чем та, что существовала ранее.

Компания Outsell провела исследование с целью анализа предпочтений читателей новостных ресурсов в США [7]. Выяснилось, что новостные агрегаторы негативно влияют на компании, производящие собственный уникальный новостной контент, и отбирают у них около половины интернет-трафика. Опрос интернет-пользователей показал, что 44 % посетителей одного из крупней-

ших новостных агрегаторов Google News читают преимущественно заголовки и практически не переходят по ссылкам к тексту оригинального сообщения. Ранее считалось, что новостные агрегаторы продвигают сайты первоисточников СМИ, а не конкурируют с ними, но данные исследования свидетельствуют об обратном. Большинство интернет-пользователей предпочитает новостные агрегаторы сайтам интернет-СМИ.

Другим отличительным противоречием становления Интернета как глобальной медиа-площадки в информационном обществе становится его влияние на **изменение характера межличностных отношений**, которые оказываются все менее устойчивыми. Доминирующее положение получают кратковременные модульные отношения функционального характера, каждый из участников которых взаимозаменяем [8]. Именно такой тип отношений культивируется в Интернете: во-первых, на ресурсах, где пользователь может скрыть свою личность за вымышленным виртуальным образом (на форумах, в чатах, в блогах) и даже в социальных сетях, которые, казалось бы, должны продолжаться реальные коммуникации, на деле пользователи конструируют собственные виртуальные образы, серьезно расходящиеся с реальностью. Тому не только способствуют возможности Интернета, но сам сложившийся в современном обществе характер виртуального общения предполагает необходимость соответствовать определенным стандартам самопрезентации и информационно-коммуникационных практик в глобальной сети.

Интернет формирует коммуникативные, медийные стратегии и практики. Общедоступность и массовое распространение средств доступа к информационно-коммуникативному пространству Интернета, в рамках которого существует определенный виртуальный мир (или даже миры), естественно, оказывает влияние и на глубинные пласты человеческой личности, на мировоззрение и мировосприятие, на осознание себя в окружающем мире.

Пожалуй, наиболее серьезной проблемой становления Интернета как глобальной медиа-площадки является то, что он **стандартизует процесс коммуникации** и общественные процессы в целом. Унификация происходит на глобальном уровне и затрагивает всех участников коммуникативных процессов. Например, социальные сети предлагают уже готовые модели самопрезентации (формы для заполнения информацией) и коммуникативных отношений (лайк, репост и так далее).

Интернет предоставляет широкий набор инструментов для обмена информацией, ре-

агирования на нее и ее преобразования. Эти инструменты обуславливают не только форму существования информации в Интернете, но и ее содержательный аспект.

В случае с журналистикой стандартизуется, например, новостной поток – так, информационное агентство должно выдать потребителям строго определенное количество информационных сообщений за соответствующий промежуток времени, информация должна быть представлена в строго регламентированном порядке, отзывы к публикации чаще всего модерируются. Стандартизуется сам процесс восприятия информации из Интернета – разрабатываются информационные смыслы, призванные вызвать определенную реакцию (например, мемы).

Парадокс, но Интернет, изначально призванный стать свободной для выражения мнений медийной площадкой, достаточно быстро выработал внутри себя достаточно жесткие правила информационно-коммуникативных практик. Дело тут в том, чем наполнили новую медийную площадку её пользователи, как стали использовать открывшиеся возможности: наибольшую популярность в Интернете получили игровые ресурсы, социальные сети и сайты порнографического содержания. А ведь известно, что создатели Интернета видели в нём изначально модель для построения нового типа общества, прообраз обновленной демократии, источник знаний и просвещения. Собственно, Интернет частично выполняет и эти функции, но только в той мере, как того запрашивают пользователи: существует глобальное виртуальное пространство информации и знаний в виде сети Интернет. Но множество пользователей не спешат выйти за пределы ограниченного круга Интернет-ресурсов – в этом противоречии остро проявляется тот факт, что новые технологии, по большому счету, пока не привносят новых в социальные практики новых смыслов – они лишь модернизируют эти практики.

В процессе субъективизации Интернета как глобальной медиа-площадки, совместившей в себе СМИ и СМК, решающую роль играет эклектичная схема организации информационно-коммуникативного процесса в сети Интернет, в которой каждый вновь появляющийся информационный блок автоматически оказывается включен в глобальный массив информации и сопоставлен с другими информационными блоками рядом автоматизированных процессов, а также наделяется пользователями (полное или частичное) правом сотворчества (оперирование уже имеющейся в Интернете информацией или создание новой) в рамках глобальной коммуникационной Сети.

Коммуникативное пространство как упорядоченная система распределяет информационные потоки по различным уровням, тем самым формируя повестку дня. Разнородность Интернета способствует тому, что повестка дня формируется эклектически, что, в свою очередь, приводит к излишней **субъективизации** Интернета [9].

Подобная тенденция существовала в СМИ и ранее, до появления Интернета, но в меньшей степени: общественная коммуникация всегда субъективна, поскольку возникает между людьми – носителями определенных установок, идей, мнений. Причина усиления субъективизации информационно-коммуникативного пространства заложена самими принципами функционирования Интернета – система подстраивается под запросы конкретно каждого из всех её пользователей.

Уже на данном этапе развития технологий обыденными воспринимаются следующие вещи: контекстная реклама или соответствующая запросам пользователя лента новостей в крупнейшей социальной сети «Фейсбук» (так, в ленту попадают в основном новости от друзей и сообществ, которые пользователь ранее «лайкнул», «перепостил» или выразил свой интерес к ним с помощью какого-либо другого доступного инструмента в рамках социальной сети). Субъективизация становится одним из ключевых преимуществ Интернета и современных технологий над другими информационными площадками, и её активно стараются внедрять крупнейшие разработчики. Данный процесс не обходится без перегибов и злоупотреблений: крайне остро, например, стоит вопрос об обработке и использовании персональных данных в Интернете. Имеются утечки личной информации пользователей из глобальной сети и их незаконное использование.

Журналистскому сообществу необходимо учесть, что в условиях становления информационного общества развитие средств коммуникации и повышение ценности информации существенно влияет на трансформацию взаимоотношений субъектов коммуникации, в частности, такой связки, как «автор – аудитория».

Непрофессиональная, субъективная форма высказывания активно транслируется в блогосфере (следует понимать под ней не только блоги, но и форумы, и социальные сети) и является общепринятой в Интернете формой существования информационно-коммуникативного высказывания, заняв особую крупную нишу в медийной сфере сети и активно взаимодействуя с профессиональной сферой: очевидно их двустороннее влияние друг на друга. Профессиональные СМИ в Интернете (например, сайт «Эхо

Москвы») включают в свой контент популярные блоги, используют неформальные информационно-коммуникативные приёмы, характерные для блогосферы (это проявляется на всех уровнях: от используемого языка до транслируемых смыслов и новых форм подачи контента (текстовые онлайн-трансляции на «Ленте.Ру», напоминающие чат)). И наоборот, очевидно, что блоги используют информацию профессиональных СМИ, учатся у них формам подачи информации, заимствуют «штампы» и клише и так далее.

Взаимовлияние профессионального и непрофессионального в Интернете носит ярко выраженный характер и трансформирует привычные, традиционные модели коммуникации.

Важно также учитывать, что в связи с субъективизацией Интернета и рядом других процессов по депрофессионализации медийных практик процент высококачественной информации снизился на фоне огромного количества низкосортной информации (спама, рекламы, продуктов ре-рейтинга) которой засорён Интернет. Усилилась потребность аудитории в высококачественной информации, которую призваны производить профессиональные СМИ.

Полноценный диалог, диалогический коммуникационный акт наладить в таком пространстве коммуникации, как Интернет, достаточно трудно. Мешает тому большое количество информационно-коммуникативного мусора, который буквально «забивает» каналы коммуникации. Это и боты, и реклама, и огромное количество ложной, некомпетентной, неточной информации, поступающей от рядовых пользователей, которую можно определить как «паразитирующую». Роль СМИ как основного, добросовестного источника актуальной журналистской информации в Интернете не только не уменьшается, но увеличивается.

Интернет и другие современные информационно-коммуникативные технологии не просто меняют традиционно сложившиеся представления о теории и практике информационно-коммуникативных процессов. Меняется мировоззрение людей и их поведенческие установки, меняется структура межличностных и общественных отношений, меняется понимание человеком себя в окружающем мире, расширяются

представления об этом мире. Этот процесс ставит перед человечеством помимо чисто технических ряд онтологических и нравственно-этических вопросов [10].

Подводя итог, можно сказать, что в условиях информационного общества Интернет как глобальная медиа-площадка обладает уникальными характеристиками, которые способствуют развитию единого мирового информационно-коммуникативного пространства. Однако вместе с тем использование Интернета как медиа-площадки актуализировало ряд проблем, которые требуют тщательного осмысления и решения.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Информационное общество / Интернет-версия издания : Новая философская энциклопедия : в 4 т. / Ин-т философии РАН; Нац. обществ.-науч. фонд; Предс. научно-ред. совета В.С. Степин. – М.: Мысль, 2000–2001. [Электронный ресурс]. URL: <http://iph.ras.ru/elib/1265.html> (дата обращения: 25.11.2013).
2. Там же.
3. МОЁ! Online Воронеж [Электронный ресурс]. URL: <http://www.moe-online.ru/> (дата обращения: 19.10.2013).
4. Ведомости [Электронный ресурс]. URL: <http://www.vedomosti.ru/> (дата обращения: 19.10.2013).
5. Лингвисты установили словарное сокращение языков // Лента.ru [Электронный ресурс]. URL: <http://lenta.ru/news/2012/03/19/words/> (дата обращения: 11.07.2013).
6. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – М., 2001. – С. 25–31.
7. Report: 44% Of Google News Visitors Scan Headlines, Don't Click Through / Techcrunch [Электронный ресурс]. URL: <http://techcrunch.com/2010/01/19/outsell-google-news/> (дата обращения: 10.07.2013).
8. Информационное общество / Интернет-версия издания : Новая философская энциклопедия : в 4 т. / Ин-т философии РАН; Нац. обществ.-науч. фонд; Предс. научно-ред. совета В.С. Степин. – М.: Мысль, 2000–2001. [Электронный ресурс]. URL: <http://iph.ras.ru/elib/1265.html> (дата обращения: 12.07.2013).
9. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – М., 2001.
10. Худорожков И. В. К вопросу о формировании информационно-коммуникативного пространства / И. В. Худорожков // Гуманитарные научные исследования. – Март, 2012. [Электронный ресурс]. <http://human.snauka.ru/2012/03/760> (дата обращения: 25.11.2013).

*Калашников А. И.
Воронежский государственный университет.
Аспирант кафедры истории журналистики.
E-mail: antonkalashnikov@mail.ru*

*Kalashnikov A. I.
Voronezh State University. Postgraduate student, Department
of journalism, the chaire of History of journalism.
E-mail: antonkalashnikov@mail.ru*