



Щепилова Галина Германовна

доктор филологических наук, профессор,
кафедра теории и экономики СМИ,
Московский государственный университет
им. М.В. Ломоносова,
125009, Российская Федерация, г. Москва, ул. Моховая, 9,
e-mail: schepilova.galina@smi.msu.ru

Galina G. Schepilova

Lomonosov Moscow State University,
9 Mokhovaya St., 125009, Moscow, Russian Federation,
e-mail: schepilova.galina@smi.msu.ru

ПРОБЛЕМНЫЕ ЗОНЫ ИНТЕРНЕТА И БАЗОВЫЕ ПОДХОДЫ К ЕГО ИЗУЧЕНИЮ

В статье показывается, что сегодня Интернет — это сложившаяся коммуникационная и культурная реальность, в которой достойное место занимает и Россия, которая в 2012 г. занимала первое место в Европе по количеству интернет-пользователей, а в мировом рейтинге занимает шестое место. Но развитие Интернета ставит перед исследователями новые вопросы, связанные, во-первых, с технологическим расширением доступа к информации, во-вторых, с цифровым неравенством. На взгляд автора, современный подход к исследованиям Интернета должен строиться на двух осевых матрицах: технологической и концептуальной. Концептуальный подход включает в себя следующие параметры: лингвистические, психологические, этические, социальные. Ключевым моментом концептуального подхода является аудитория, которая в условиях новой технологической площадки заметно трансформируется, превращаясь из пассивного потребителя информации в активного пользователя.

Ключевые слова: информационно-коммуникационные технологии, Интернет, сетевое общение, интернет-сообщество.

PROBLEM AREAS OF THE INTERNET AND BASIC APPROACHES TO ITS STUDYING

The paper shows that the Internet today — it has developed communications and cultural reality, in which Russia takes their rightful place, and, which in 2012 ranked the first in Europe in the number of Internet-users in the world ranking in sixth place. But the development of the Internet poses new questions to researchers linked in kind, firstly, with the technological expansion of access to information, and secondly, the digital divide. The author's opinion, the modern approach to researching of Internet should be based on two axial arrays: technological and conceptual. The conceptual approach includes the following parameters: linguistic, psychological, ethical, social. The key point of the conceptual approach is the audience that in the new technological platform significantly transforming, turning from passive consumer of information in the active user.

Keywords: information and communication technology, Internet, the network communication, online community.

Развитие информационно-коммуникационных технологий, увеличение объемов производства и передачи информации, доступность коммуникационного оборудования, разнообразие предоставляемого контента вызывает повышенный интерес у исследователей к проблемам Интернета. Интернет стал глобальным виртуальным сообществом, той самой Глобальной Деревней, о которой говорил еще Маршалл Маклюэн. Маклюэн гениально описал, как земной шар «сжался» до размеров деревни [5, с. 12], в результате электронных средств связи стала возможна мгновенная передача информации с любого континента в любую точку мира [10, с. 254]. Сегодня это сложившаяся коммуникационная и культурная реальность, в которой достойное место занимает и Россия, жители которой имеют сравнимые возможности широты выбора и мгновенной передачи информации, как и во многих технологически развитых странах. По словам Е.Л. Вартановой, «Интернет в России сегодня — больше чем просто коммуникационная среда или канал для распространения журналистских текстов... Для многих россиян он стал средой и стилем жизни, местом профессионального и человеческого общения» [2, с. 79].

По данным *Internet World Stats*, уже в 2012 г. Россия занимала первое место в Европе по количеству интернет-пользователей. Ранее среди европейских стран по количеству пользователей Интернета первенствовала Германия. Мировое первенство у Китая, где Интернет охватывает более 600 млн. человек. Далее идут США, Япония, Индия и Бразилия. Россия в мировом рейтинге занимает шестое место.

Конечно, Россия возглавляет список европейских стран в этом рейтинге лишь за счет количества общего населения страны. Если же судить по проникновению Интернета, то в Германии

и Великобритании Интернетом пользуются более 80 % населения страны, в России же этот показатель в 2012 г. был лишь 48 % [14]. Сегодняшние показатели об интернет-пользователях, конечно же, изменились. Более свежую статистику предоставляет ВЦИОМ, который опубликовал результаты опроса, проведенного 4–5 октября 2014 г. По данным этого опроса 66 % граждан России от 18 лет и старше или 76,3 млн человек пользуются Интернетом. Ежедневно выходят в Сеть 46 % или 53,6 млн взрослых россиян. Тем не менее, даже увеличение количества пользователей в России не позволяет нам говорить о том, что по уровню проникновения мы достигли показателей развитых европейских стран.

Перспективы развития ИКТ на ближайшее будущее все больше связывают с впечатляющими темпами развития мобильных телекоммуникаций (рис. 1).

Как видно из рис. 1, количество пользователей, которые выходят в сеть с мобильных устройств, значительно выросло в 2013 г., но пока в два с лишним раза отстает от объема аудитории, предпочитающей стационарные компьютеры, хотя для дальнейшего роста объема мобильных пользователей есть вполне объективные причины, такие как: увеличение количества смартфонов на рынке, разные ценовые сегменты, а также быстрое ценовое снижение отдельных топовых моделей телефонов. Россияне используют мобильный Интернет в том или ином виде: *GPRS*, *3G*, *Wi-Fi*. С увеличением доли смартфонов пропорционально будет увеличиваться доля браузеров *iOS* и *Android*. Эксперты предсказывают, что в ближайшие годы распределение доли трафика, приходящийся на эти два браузера, будет расти стремительными темпами, в отличие от *Opera*, которая будет ощущать потерю своих позиций на российском рынке трафика.

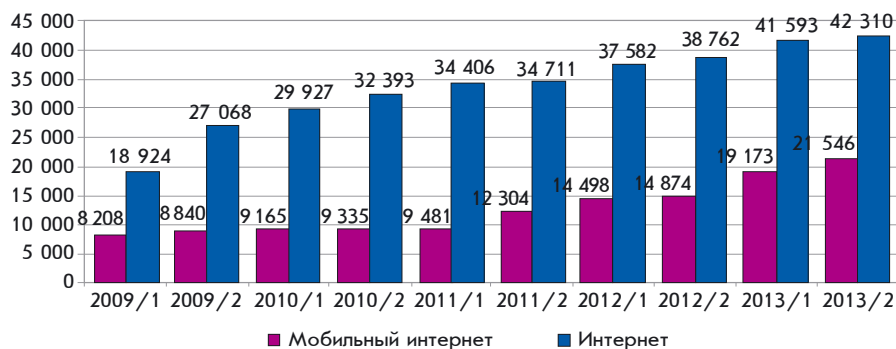


Рис. 1. Динамика роста мобильного Интернета, млн чел.
(Источник: TNS Россия, M-Index, Россия (города 100 000+))

Технологические возможности, сохранение огромных массивов текстовой, графической и мультимедийной информации в Сети, а также возможность беспрепятственного доступа к ней в любое удобное время привлекает пользователей. Но развитие Интернета воспринимается сегодня с разных точек зрения. С одной стороны, можно говорить о технологическом расширении доступа к информации. Так, Е.Л. Вартанова, размышляя о терминологическом подходе к новым медиа, подчеркивает, что «существуют заметные различия между масс-медиа, ориентированными на широкие не сегментированные аудитории и предполагающими ограниченный выбор содержания, и немассовыми (новыми) медиа, которые взаимодействуют с более узкими аудиторными нишами, дают при этом пользователям большую свободу в выборе содержания, и в возможностях его преобразования» [1, с. 12].

С другой стороны, далеко не все имеют равный доступ и равные возможности. Так, по данным исследования Фонда Общественное Мнение (ФОМ) «Интернет в России: динамика проникновения. Зима 2012–2013», в российских городах с населением меньше 100 тыс. жителей и селах самый низкий уровень проникновения Интернета [11].

Разрыв между крупными городами и малыми городами, а также селами в возможности доступа к Интернету фиксируется и в последующих исследованиях ФОМ (рис. 2).

Причин такого цифрового неравенства несколько: технологические трудности с широкополосным доступом, высокие расценки на трафик, низкий уровень жизни и, как следствие, финансовая недоступность компьютерного и мобильного оборудования, с помощью которого может быть осуществлен доступ к сетевым ресурсам.

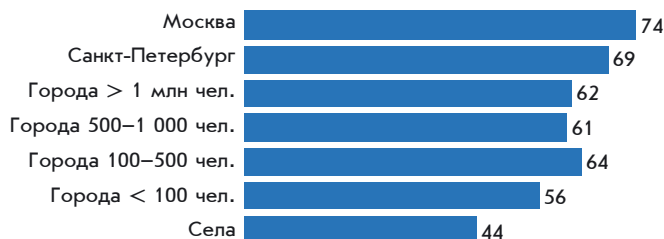


Рис. 2. Уровень проникновения Интернета по типам населенных пунктов
(Источник: ФОМ, Интернет в России, осень 2013)

По данным исследования «Роль ИКТ-компетенций в социально-экономическом развитии России», выполненным Институтом Развития Информационного Общества в марте–мае 2012 г., за 2009–2012 гг. россияне вдвое сократили разрыв с европейцами в области ИКТ-компетенций, в том числе в использовании компьютера и Интернета. При этом сохраняется существенное отставание как по числу компьютеров на душу населения, так и по уровню потребления услуг в электронном виде, хотя потребность граждан современной России в использовании технологий для решения своих личных и профессиональных задач достаточно высока. ИКТ-компетенции все чаще требуются при устройстве на работу: если более 10 лет назад умение пользоваться компьютером или Интернетом было обязательным условием при приеме на работу только в 7 % случаев, то сейчас этот показатель возрос до 30 %. Также жители России демонстрируют заинтересованность и спрос на государственные услуги в электронном виде: 42 % взрослого населения считают Интернет наиболее удобным способом взаимодействия с органами власти [13].

Но в настоящее время в связи с развитием Интернета остро стоит на повестке дня другой вопрос — не формально-технологический, а концептуальный: состоялся ли Интернет как новая форма общественной коммуникации, способствует ли он созданию реального сообщества, формированию ценностных ориентиров, моделей поведения. Когда-то Элвин Тоффлер проговорил очень важную мысль: «Любая попытка определить «содержание» перемен должна включать последствия, вызываемые самим темпом, как часть этого содержания» [7, с. 17].

Последствия, по мнению многих исследователей, оказались не так хороши. Грег Гам, например, уверен, что «демократический потенциал Интернета оказался фикцией» [3]. Он считает, что

Интернет усиливает социальную фрагментацию вместо того, чтобы создавать общественный консенсус. Особые его претензии к так называемой блогосфере. Позволим себе довольно обширную цитату: «Многие блоги и веб-сайты привлекают только единомышленников... Истина и факты становятся спорными понятиями. Результатом этого становится *утрата веры практически во все* и эскейпистское умонастроение, укорененное в убеждении, что *в этом мире ничто нельзя изменить к лучшему*. Массовая культура пропитывается этим настроением, поощряя всевозможные крайности и выходки и смешивая любые убеждения с фанатизмом» [3].

Мнение Грега Гама вряд ли стоит принимать за истину в последней инстанции, но в чем-то он, несомненно, прав. По крайней мере, простой анализ современных предпочтений пользователей Интернета дает возможность понять, что широта технологического доступа далеко не всегда означает широту тематического выбора контента. По данным *TNS*, наиболее востребованными интернет-ресурсами являются сегодня поисковые порталы и социальные сети. Так, в пятерку наиболее посещаемых интернет-площадок входят: *yandex.ru*, *mail.ru*, *google.ru / google.com*, *youtube.com*, *odnoklassniki.ru*. Если же взять в качестве критерия оценки вопрос: «Для чего используется Интернет?», то здесь два первые места с большим отрывом от остальных занимают *e-mail* и социальные сети (рис. 3).

Западные ученые уже давно говорят о таком феномене, как индивидуализация. Английский социолог Энтони Гидденс отмечает, что «в индустриальных странах произошел общественный сдвиг в сторону индивидуализации» [4, с. 120]. При этом, по мнению Гидденса, расширение у человека возможности выбора в разных сферах должно обязательно сопровождаться повышением уровня ответственности.

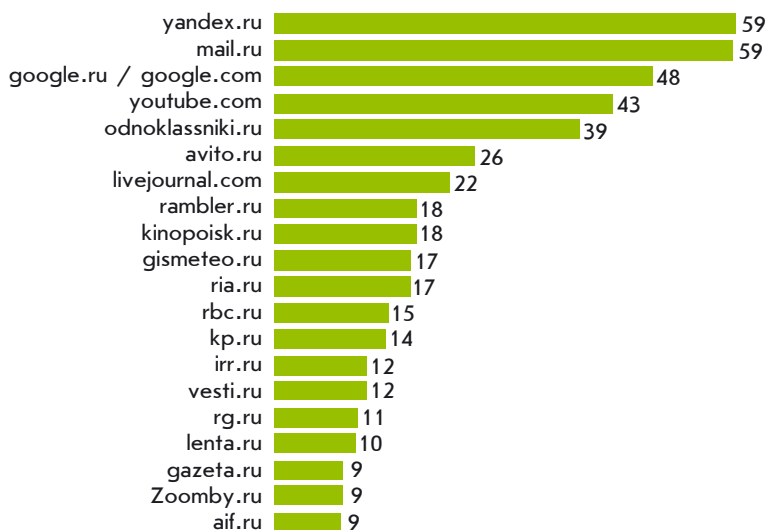


Рис. 3. Топ 20 российских Интернет-площадок, % от аудитории 16+
(Источник: TNS Россия, M'Index 2013/2 полугодие — Россия (+ Zodiac))

Индивидуальный выбор « сетевого » общения позволяет пользователю находить наиболее интересные для него темы и возможности общения, создавать собственный контент, давать собственные комментарии. Но при этом уровень ответственности, о котором говорит Гидденс, зачастую приходится ставить под сомнение. Это становится особенно проблематичным в условиях анонимности, когда человек может высказывать мнение и давать оценку не под собственным оригинальным именем, а анонимно, используя *nik*. Кроме того, проблема индивидуального выбора в потреблении информации связана с наличием или отсутствием специальных навыков, знаний и опыта пользователей. Одна и та же информация в разном контексте, создаваемом пользователем путем соединения фрагментов контента, может приобретать искаженный смысл. Поэтому главной фигурой в Интернете становится не автор информации, как это было в традиционных медиа, а ее потребители, те, кто ее отбирает, оценивает и перерабатывает.

И еще одна проблема, которая очевидна: недостоверность информации в

Интернете. Р. Рахматуллин констатирует: «Изучение контента информационных материалов Сети показывает, что большинство приводимых ресурсов не подвергалось профессиональной экспертной оценке. Более того, постоянное обновление информационных ресурсов обуславливает возможность появления в их содержании противоречивой и недостоверной информации. Пока можно с сожалением констатировать, что Интернет, в первую очередь, предоставляет массу необработанной информации» [6, с. 44].

Ван Дейк, говоря об Интернете, анализирует его по четырем критериям: «мотивация, физический доступ, цифровые навыки и использование» [8, с. 288]. Эта классификация, подробный анализ Интернета в другой известной работе исследователя [9], анализ проблем современного сетевого сообщества приводит к закономерному вопросу: мы рассматриваем Интернет как новую технологию или как новую форму коммуникации? Ответ на него очевиден: и то, и другое. Поэтому, на наш взгляд, современный подход к исследованиям Интернета должен стро-

иться на двух осевых матрицах: технологической и концептуальной. При этом концептуальный подход включает в себя целый ряд параметров: лингвистических, психологических, этических, социальных. Ключевым моментом кон-

цептуального подхода, несомненно, является аудитория, которая в условиях новой технологической площадки заметно трансформируется, превращаясь из пассивного потребителя информации в активного пользователя.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Вартанова Е.Л. Объединяя необъединимое: возможна ли индустриальная теория журналистики? / Е.Л. Вартанова // Ежегодник 2011. Экономика и менеджмент СМИ. — М., 2012.
2. Вартанова Е.Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики / Е.Л. Вартанова. — М., 2014.
3. Гам Г. Медиа и демократия в эпоху постмодерна / Г. Гам. — URL: <http://dialogs.org.ua/ru/cross/page18917.html>.
4. Гидденс Э. Ускользящий мир: как глобализация меняет нашу жизнь / Э. Гидденс. — М., 2004.
5. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека / М. Маклюэн. — М., 2003.
6. Рахматуллин Р. Индивидуализация личности в условиях информатизации общества: социально-педагогические аспекты проблемы / Р. Рахматуллин // Информационные ресурсы России. — 2010. — № 4.
7. Тоффлер Э. Шок будущего / Э. Тоффлер. — М., 2002.
8. van Dijk J. One Europe, digitally divided / J. van Dijk // *Routledge handbook of Internet politics*. — London, 2009.
9. van Dijk J. The network society social aspects of new media / J. van Dijk. — London, 2006.
10. McLuhan M. *Letters of Marshall McLuhan* / M. McLuhan. — London, 1987.
- 11 URL: <http://runef.fom.ru/Pronikновение-interneta/10853>.
12. URL: <http://www.content-review.com/articles/21337>.
13. URL: <http://www.iis.ru/projects/>.
14. URL: <http://www.internetworldstats.com>.

REFERENCES

1. Vartanova Ye.L. Combining neobedinimoe: can the industrial theory of journalism? *Yezhegodnik 2011. Ekonomika i menedzhment SMI* [Yearbook 2011. Economics and Management media]. Moscow, 2012. (In Russian).
2. Vartanova Ye.L. *Postsovetstkiye transformatsii rossiyskikh SMI i zhurnalistiki* [Post-Soviet transformation of the Russian media and journalism]. Moscow, 2014.
3. Gam G. *Media i demokratiya v epokhu postmoderna* [Media and Democracy in the post-modern era]. Available at: <http://dialogs.org.ua/ru/cross/page18917.html>.
4. Giddens E. *Uskol' zayushchiy mir: kak globalizatsiya menyayet nashu zhizn'* [Missing Peace: how globalization is changing our lives]. Moscow, 2004.
5. Maklyuen M. *Ponimaniye media: vneshniye rasshireniya cheloveka* [Understanding Media: external expansion of rights]. Moscow, 2003.
6. Rakhmatullin R. Individualization in the information society: social and pedagogical aspects of the problem. *Informatsionnyye resursy Rossii = Information Resources of Russia*, 2010, no. 4. (In Russian).
7. Toffler E. *Shok budushchego* [Future Shock]. Moscow, 2002.
8. van Dijk J. One Europe, digitally divided. *Routledge handbook of Internet politics*. London, 2009.
9. van Dijk J. *The network society social aspects of new media*. London, 2006.
10. McLuhan M. *Letters of Marshall McLuhan*. London, 1987.
11. Available at: <http://runef.fom.ru/Pronikновение-interneta/10853>.
12. Available at: <http://www.content-review.com/articles/21337>.
13. Available at: <http://www.iis.ru/projects/>.
14. Available at: <http://www.internetworldstats.com>.