

## Специфика интернета как канал коммуникации

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

*Берневега Александр Александрович*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

*E-mail: alexbernev@gmail.com*

В этой работе будет осуществлен обзор интернета как канала коммуникации и определена его специфика.

Начало создания данного коммуникационного канала было положено во второй половине XX века, когда Управление перспективных исследовательских проектов Министерства обороны США занялась проблемой разработки надежной системы для передачи информации. В 1967 году Ларри Робертс предложил построить подобную систему при помощи установления связи между ЭВМ. Уже через 2 года состоялся первый сеанс передачи информации между компьютерами Калифорнийского Университета Лос-Анджелеса и Стэнфордского Исследовательского Института при помощи ARPANet.[1] После объединения с NSFNet, созданной Национальным научным фондом США, в 86 году, всемирная паутина стала общедоступной в 1991 году. С этих пор популярность этого канала коммуникации неуклонно растет, а аудитория за 24 года выросла до 40% населения планеты[5].

На сегодняшний день, когда интернет формирует глобальное информационно-коммуникативное пространство, служа физической основой для веб и множества систем передачи данных, что определяет несколько уровней его исследования: коммуникационный (технический аппаратный и технологический программный) и коммуникативный.

Рассматривая интернет с точки зрения теории коммуникаций, можно с уверенностью сказать, что область его использования сильно расширилась. Возникнув как система для передачи коротких сообщений между весьма конкретными и немногочисленными устройствами, предназначением которой являлось быстрое и безопасное сообщение во время боевых действий, Интернет перерос в средство массовой коммуникации.

Но что определяет средство массовой коммуникации? Я хочу привести характеристики, выделенные британским социологом Джоном Брукширом Томпсоном[4]. Они:

- Объединяют в себе технические и институциональные методы производства и распространения
- Предполагают превращение символических форм в предмет торговли - иными словами, их использование в коммерческих целях.
- Разделяют контексты производства и потребления информации.
- Достигают тех, кто отделен от производителей временем и пространством, то есть тех, кто не достигаем обычными средствами коммуникаций.
- Занимаются информационной дистрибуцией - формой коммуникации «от одного к многим», при которой информация производится в массовом порядке и распределяется между различными аудиториями.

Интернет удовлетворяет всем указанным выше принципам, однако имеет и ряд специфических свойств, выделяющих его на фоне остальных СМК.

Сегодня интернет представляет из себя метасреду, которая не ограничивается хранением и обработкой информации. Эта метасреда благотворна для реализации бизнес-технологий, для работы средств массовой информации, индивидуального и массового общения и т.д.

В отличие от телевидения и радио, интернет представляет из себя полноценное виртуальное, или искусственное, пространство, дающее возможность реализовать разнообразные мотивы и удовлетворить потребности пользователя. Условия общения в этой виртуальной среде отличается от условий общения в реальном мире.[3] Основными признаками виртуальности являются анонимность, физическая непредставленность и ограниченный сенсорный опыт. Все эти признаки приводят к некоторому равноправию участников общения, что делает коммуникацию менее формальной. Это пространство является автономным, что позволяет протекающей в нем коммуникации не зависеть от времени, так как онлайн ресурсы доступны 24 часа в сутки.

Кроме того, можно выделить такое свойство интернета, как глобальность.[2] Оно связано с возможностью установления контакта с пользователями сети вне зависимости от их географического положения. Несмотря на то, что статистика демонстрирует более активное распространение интернета в развитых странах, а больше всего пользователей (48,4% от общей суммы) находятся в регионах Азии, бесспорным является глобальность этого феномена.

Интернет также обладает еще одним важным свойством - интерактивностью. Данная характеристика позволяет получать от аудитории обратную связь, зачастую в виде диалога в режиме реального времени, а также позволяет аудитории общаться между собой в рамках интернет-среды. Кроме того, следствием этого свойства является разделенность коммуникации в пространстве и некоторая опосредованность, ведь связь осуществляется с помощью технического средства и не включает в себя прямой контакт коммуникаторов. [2]

Таким образом, рассматривая интернет как канал массовых коммуникаций, можно выделить следующий ряд специфических свойств: глобальность, интерактивность и виртуальность. Однако, это не исчерпывающий набор качеств, так как более глубокое изучение позволяет увидеть множество других коммуникативных особенностей, которыми обладает интернет.

### Источники и литература

- 1) Карыев Б. С. Хроники ИТ-революции // Издательские решения. 2016.
- 2) Морозова О. Н. Особенности Интернет-коммуникации: определение и свойства // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. 2010.
- 3) Шабшин И. О психологических особенностях общения в интернете // Консультативная психология и психотерапия. 2005. № 1.
- 4) Thompson, John B.: The Media and Modernity: A Social Theory of the Media // Stanford, 1995.
- 5) Internet Live Stats URL: <http://www.internetlivestats.com/internet-users/>