

Махмутов Азат Вилсорович

магистрант

ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский)

федеральный университет»

г. Казань, Республика Татарстан

Нурхамитов Марсель Радикович

старший преподаватель

Институт международных отношений

ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский)

федеральный университет»

г. Казань, Республика Татарстан

ГЛОБАЛЬНАЯ СЕТЬ ИНТЕРНЕТ КАК БЛАГОПРИЯТНАЯ СРЕДА ДЛЯ РАЗВИТИЯ НОВЫХ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

***Аннотация:** данная статья посвящена феномену новых медиа, а именно тому, как интернет и социальные медиа сосуществуют в современном мире. Первоначально интернет выполнял ограниченное количество задач. Однако с течением времени он превратился в площадку свободного выражения своей точки зрения. Появление социальных сетей, бурная активность пользователей интернета стали причиной формирования Web 2.0, отличительной чертой которого является возможность производства собственного информационного контента.*

***Ключевые слова:** интернет, всемирная сеть, Web 2, социальные медиа.*

Интернет – всемирная объединенная система компьютерных сетей, предназначенная для передачи, обмена и хранения информации. Она построена на базе стека протоколов TCP/IP. На ее основе существует Всемирная паутина (World Wide Web) и множество других систем передачи данных, насчитывающих более 4 млрд постоянных пользователей [1].

Интернет – сложная система связи, предназначенная для обмена информацией между людьми, путем создания глобальной сети взаимосвязанных

компьютеров. Появление интернета имеет прямую взаимосвязь с запуском в космос первого советского искусственного спутника. Осознавая возможную угрозу, США приступили к созданию систем защиты. В 1957 году при Министерстве обороны США было образовано Агентство перспективных исследований (ARPA). В 1969 году экспериментаторам удалось объединить в одну сеть 3 компьютера, которые географически были расположены в разных штатах страны (Калифорния и Юта) [3]. В 1972 г. появилось крупнейшее сетевое приложение – электронная почта, ставшая первой ступенью развития информационного обмена между людьми в интернете. В течение года доступ к сети получили 50 университетов и некоторых исследовательских организаций США, а уже к 1973 году, объединив сети Англии и Норвегии трансатлантическим кабелем, интернет вышел на международный уровень. С введением в 1983 году универсального протокола TCP/IP любой пользователь мог с легкостью подключиться к сети Интернет, воспользовавшись телефонной линией. Таким образом, из ранее секретной, сеть интернет превратилась в общедоступную [2]. Со стремительным распространением интернета по всему миру возникли национальные домены 1-го уровня (ru, ua, uk, com и др.). С появлением World Wide Web – системы гипертекста (hypertext) интернет стал быстрым, доступным и интуитивно понятным [3]. В 1990-м им впервые был выставлен на общее обозрение текстовый браузер, который позволял просматривать текстовые файлы on-line, связанные гиперссылками. Уже в 1991 году доступ к браузеру мог получить любой желающий. С выходом в 1994 г. версий браузера Mosaic для Windows и Macintosh, интернет приобретает невероятную популярность в США, а вскоре и во всем мире. В наши дни интернет перестал быть чем-то труднодоступным. Наоборот, каждый день миллиарды людей по всему миру используют глобальную сеть для общения друг с другом.

Осмысление Интернета как коммуникационной среды особого рода происходит по всему миру на протяжении последних 20 лет. В рамках этого подхода новые медиа трактуются как все виды традиционных медиа, содержание которых преобразовано в цифровой формат и представлено в сети Интернет. В связи с

этим, на сегодняшний день наиболее распространенными синонимами к понятию «новые медиа» являются термины «онлайн-медиа», «сетевые медиа» [4].

Однако, за последние десять лет «Интернет успешно эволюционировала из среды технологических возможностей в среду возможностей иного, более широкого порядка» [4]. Современное состояние глобальной сети Интернет представляет собой переход во вторую стадию своего развития (так называемый Web 2.0). Технологии и идеология Web 2.0 основывается на том, что пользователи интернета из простых потребителей информации превращаются в контентмейкеров. Они сами производят контент, манипулируют им и управляют им. Концептуальным «ядром» Веба второго поколения являются люди, а не технологии, а также возможность самовыражения индивидов и интенсивного социального взаимодействия. Подразумевается, что Web 2.0 стал в гораздо большей степени социальным инновационным феноменом, нежели собственно технологическим новшеством. Технические и коммуникативные особенности новых медиа активизировали аудиторию, которая от пассивного потребления информации перешла к производству контента в любой форме и в неограниченном объёме [5, с. 9]. Гипертекстовость и интерактивность онлайн-медиа создает совершенно иной формат потребления информации – это своеобразное «путешествие» по контенту, в котором каждый причастный имеет возможность не только продолжать поток информации до бесконечности, но и имеет право мгновенно, прямо по ходу «путешествия», создавать, изменять или публично обсуждать её.

Многие исследователи, как отмечает К.А. Карякина, описывают систему новых социальных медиа четырьмя важными взаимосвязанными процессами, а именно конвергенцией, дигитализацией, интерактивностью и принадлежностью данных медиаресурсов к сетевому пространству. Так, О. Стинс и Д. Ван Фухт [6], рассуждая об изменчивости понятия «новые медиа», придают ему максимально широкое значение, а также относят к нему Интернет, компьютерные игры, цифровые фильмы и фотографии, мобильную телефонию и виртуальный мир в целом. Иначе говоря, речь идет о самом широком перечне новых медиаформатов, которые включают в себя: интернет-СМИ, интернет-телевидение, интернет-

радио, блоггинг, кино (рассчитанное на интернет-аудиторию), социальные сети, виртуальные сообщества, виртуальные игры, а также другие ресурсы Веб 2.0 [7].

Активная деятельность пользователей сервисов социальных сетей по публикации на их личных и групповых страницах общественно значимой информации привлекла внимание исследователей и получила условное название «гражданской журналистики». Несмотря на непрофессиональный характер и наличие ряда особенностей, данная деятельность в целом попадает под определение журналистика. Среди её характеристик наиболее важны следующие: любительский характер, массовый характер, высочайшая скорость публикации, наличие связей между пользователями одной сети, наличие публичной обратной связи [8; 9].

Интернет, благодаря своему охвату и возможности неограниченной коммуникации между участниками, стал социальной площадкой, на которой каждый желающий может выразить свое мнение. Более того, все участники информационного обмена имеют равные права. Производство контента перестало быть привилегированной способностью отдельно взятой группы человек в лице традиционных средств массовой информации. В эру Web 2.0 каждый является и потребителем информации, и производителем информационного контента. Эволюция возможностей электронной коммуникации прошла долгий путь от ограниченного числа пользователей до масштабов глобального доступа к межкультурной коммуникации.

Список литературы

1. Каррыев Б.С. Интернет, краткая история и влияние на общество / Б.С. Каррыев [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.lap-publishing.com
2. Каррыев Б.С. Хроники ИТ-революции / Б.С. Каррыев [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ridero.ru/books/hroniki_itrevolyucii/
3. Борн Д. Интернету – 40 лет. Как всё начиналось... [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://3dnews.ru/news/internetu_40_let_kak_vssh_nachinalos/
4. Киреев П.С. Новые медиа в современном информационно-коммуникативном пространстве // Социология. – 2010. – №2. – С. 115–127 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://goo.gl/rWChKA>

5. Попов А.А. Блогинг как форма профессиональной журналистской коммуникации: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Тверь, 2013. – 23 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dslib.net/zhurnalistika/blogging-kak-forma-professionalnoj-zhurnalistskoj-kommunikacii.html>

6. Стинс О. Новые медиа / О. Стинс, Д. Ван Фухт // Вестник ВолГУ. Сер. 8. Литературоведение. Журналистика. – 2008. – Вып. 7. – С. 98–106 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docplayer.ru/37061988-Novye-media-o-stins-d-van-fuht-per-s-angl-n-berger-zhurnalistika.html>

7. Карякина К. Актуальные формы и модели новых медиа: от понимания аудитории к созданию контента // Медиаскоп. – 2010. – Вып. 1 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/524>

8. Браславец Л.А. Интернет-сервисы социальных сетей в современной системе средств массовой информации: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Воронеж, 2010. – 22 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/internet-servisy-sotsialnykh-setei-v-sovremennoi-sisteme-sredstv-massovoi-informatsii>

9. Иванова Е.Н. Профессионализация интернет-журналистики в блогосфере: Автореф. дис. ... канд. социол. наук. – М., 2011. – 26 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://goo.gl/mNSQzw>