

Алексеева Тамара Валентиновна

канд. пед. наук, декан, доцент

Иванцов Петр Петрович

канд. юрид. наук, заведующий кафедрой, профессор

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный

институт кино и телевидения»

г. Санкт-Петербург

О ХАРАКТЕРНЫХ ОСОБЕННОСТЯХ СОВРЕМЕННОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СРЕДЫ

Аннотация: статья посвящена современному состоянию информационной среды, тенденцией развития которой является её глобализация через развитие телекоммуникаций, Интернета, сетей связи. Актуальность исследования данного вопроса подтверждается формированием принципиально новой высокотехнологичной среды, обладающей большими объемами информации, которая в свою очередь доступна всем и каждому в любое время в любом месте. Анализируя изменения структуры отечественного медиaprостранства, автор исследует причины преобразований и характерные особенности информационной среды, которые колоссальным образом влияют на повседневную жизнь человека, формируя его мнение, образ мышления и взгляд на жизнь.

Ключевые слова: информационная среда, средства массовой информации, интернет-среда, потребление новостей, фейковые новости.

Традиционно для людей новостными источниками служили такие средства массовой информации как печатные издания, радио и телевидение. Однако с развитием информационно-коммуникационных технологий ситуация, сложившаяся в информационном поле за последние несколько лет, значительно изменилась, в т.ч. и в России.

По данным Всероссийского центра изучения общественного мнения главным источником новостей для жителей нашей страны по-прежнему

остается телевидение, однако его популярность постепенно падает: с 62% в 2015 году до 52% в 2017 году. То же самое происходит с индексом доверия. В 2017 году он насчитывал 42 пункта, для сравнения, в 2012 году он составлял 58 пунктов. Не только телевидение снижает свои показатели доверия граждан. Центральному радио в 2007 году доверяло 33% россиян, в 2017 году этот показатель упал до 9% [3]. Согласно данным опроса Фонда «Общественное мнение» в апреле 2018 года только 43% опрошенных подтвердили свое доверие телевидению в большей степени, чем другим источникам информации. К примеру, печатные издания заслужили доверие только 8% жителей нашей страны, этот показатель практически не меняется с 2015 года [5]. Исследования, проводимые «Левада-Центром», показали, что уровень доверия к телевидению снизился на 30% за последние девять лет, к печатным СМИ, например, к газетам, снизилось всего на 9%, а к радио на 13% [4].

В целом, данные показатели отражают тенденцию снижения уровня популярности и доверия к традиционным СМИ. При этом популярность интернет-СМИ (включая информационные сайты, социальные сети и блогосферу) продолжает стремительно расти [1]. Безусловно, одной из первых причин сложившейся ситуации можно назвать стремительное вхождение интернет-технологий в повседневную жизнь, предоставляющее человеку массу удобств и комфорта пребывания в современной информационной среде [6]. Сегодня для поиска новостной информации 32% респондентов используют интернет, что на 10% больше, чем в 2015 году. Показательным является факт того, что для 65% молодежи всемирная сеть является главным источником новостей [3]. Однако эти данные не могут свидетельствовать о том, что причиной значительного падения уровня интереса у молодых людей к традиционным источникам информации и переход молодежной аудитории в интернет является исключительно только развитие интернет-технологий, скорее наоборот, эти данные свидетельствуют о наличии комплекса причин.

В этой связи возможно предположить, что еще одной из причин, вынуждающих современного потребителя новостной информации искать

альтернативу традиционным СМИ, является сегодня такой обширный феномен как «fake news». Фонд «Общественное мнение» выяснил, что 47% респондентов встречались с ложной, ошибочной информацией, которую СМИ пытались выдать за правду [5]. В настоящее время современное информационное поле уже нельзя представить без понятия «фейковые новости», обозначающего «ложную, зачастую сенсационную информацию, распространяемую под видом новостных сообщений» [7]. По данным составителей словаря Collins English Dictionary частота употребления этого выражения возросла на 365% с 2016 года [2]. Главной особенностью fake news является их намеренное распространение с целью получения политической или финансовой выгоды, а также увеличения аудитории за счет сенсационной информации.

Еще недавно статьи такого рода по большей части были безобидны, но сегодня фейковые новости приобретают угрожающий характер. Для современного потребителя новостных сообщений необходимо уметь анализировать информацию, ставить её под сомнение, подвергать проверке. Зачастую даже крупные медиа публикуют на своих ресурсах недостоверную информацию, потому что на сегодняшний день скорость получения информации стала важнее её качества. Конкуренция между информационными агентствами большая и иногда счет идет практически на секунды. Им важно, чтобы именно их новость попала в топ новостной ленты в социальных сетях, в ближайший выпуск новостей, на передовицу газеты. И ради этого гиганты медиаиндустрии пренебрегают дополнительной проверкой информации. Хотя зачастую не только погоня за скоростью является причиной недостоверной информации.

Обилие политических программ и новостных сюжетов создают непрерывный поток информации, в котором сложно вычленить главное, важное, нужное, потому что этой информации слишком много [8]. Искусственно созданные инфоповоды, формирование недостоверной информационной повестки, публикация мелких, незначительных новостей не

позволяют зрителю сосредоточиться на главном, отвлекая и рассеивая его внимание.

Таким образом, изучение характерных особенностей информационной среды несомненно помогает в улучшении качества контента в современном медиaprостранстве, позволяет наладить коммуникацию между СМИ и потребителем информации, способствует повышению уровня достоверности и правдивости информации.

Список литературы

1. Гидденс Э. Последствия современности / пер. с англ. Д.А. Кибальчич, Г. Ольховского; ред. А.А. Веретенников. – М.: Праксис, 2011. – 352 с.
2. Информационное агентство «РИА Новости» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.ria.ru
3. Исследовательская организация «Всероссийский центр изучения общественного мнения» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.wciom.ru
4. Исследовательская организация «Левада-Центр» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.levada.ru
5. Исследовательская организация «Фонд Общественное Мнение» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.fom.ru
6. Кастельс М. Теория сетевого общества. – М.: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2011. – 60 с.
7. Словарь английского языка Collins English Dictionary [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.collinsdictionary.com
8. Узбстер Ф. Теории информационного общества / пер. с англ. М.В. Арапова, Н.В. Малыхиной; под ред. Е.Л. Вартановой. – М.: Аспект Пресс, 2004. 400 с.