

впоследствии использовать его в классическом блоге. Но также можно интегрировать блог в Instagram-аккаунт, объединив платформу для публикации визуального материала с текстом, который можно включать в посты под фотографиями.

**Мурагбек Токтагазин**

*Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева  
(Казахстан)*

## **ОСОБЕННОСТИ ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВА КАК СОВРЕМЕННОЙ ЭПИСТОЛЯРНОЙ ПЛОЩАДКИ**

Эпистолярная в настоящий момент отнюдь не прекратила своего существования, и хотя в печатных СМИ на данный момент довольно мало примеров эпистолярной публицистики, но эпистолярный жанр участвует в телевизионных программах и радиопередачах, а сеть интернет на данный момент является новым эпистолярно-визуальным пространством для общения людей посредством письма.

**А.В. Курьянович пишет о том, что электронная версия эпистолярного жанра переживает период обесценивания самого письма как артефакта общения, поскольку его бумажное выражение, в которое человек вкладывает труд – это и выбор бумаги, и выбор конверта, и формулировка фраз таким образом, чтобы написать письмо без переписывания, и слежение за почерком, чтобы письмо было удобочитаемым – все эти факторы создают в совокупности не только само письмо как носитель определенной информации, направленной от адресанта к адресату, но и письмо становится выражением мысли человека, облеченной в материальную форму.**

Перспективы развития эпистолярного жанра в публицистике в условиях информатизации и глобализации достаточно сложно проанализировать корректно, однако в целом стоит отметить, что современная эпистолярная, с точки зрения многих исследователей «умершая», в современном мире приобрела новое выражение – эпистолярный жанр трансформировался в эпистолярно-визуальный жанр, приобретая тенденции к лаконичности и графичности, а также крайностей по уровню информативности содержания.

Если рассматривать интернет-СМИ как канал донесения сообщения массовой информации до сознания социума, то можно сказать, что наряду с другими СМИ он является одним из ведущих каналов коммуни-

кации с массовым сознанием, и можно сказать, что для современного информационного общества это наиболее важный из современных социальных институтов.

Интернет-СМИ, как и любые СМИ, выполняют ряд функций [4, с. 44]:

1. Общие функции: аналитическая, информационная, донесение рекламного сообщения, воспитательная.
2. Специализированные функции: функция эскейпизма, функция просвещения, функция эмоциональной мены.
3. Таким образом, можно сказать, что интернет-СМИ оказывают воздействие на весь социум, на всю его совокупность, а также на все виды человеческой деятельности – от политики до науки, от образования до религии. Интернет-СМИ – один из главных инструментов развития современного информационного общества и человеческой цивилизации в целом [2, с. 4].

Разумеется, интернет-СМИ играют главную роль в формировании, функционировании и эволюции массового сознания. Более того, восприятие и интерпретация важнейших явлений и событий, происходящих в стране и в мире в целом, осуществляются через и с помощью СМИ, и в том числе интернет-СМИ.

Однако есть и ряд недостатков, которые характерны для данного канала коммуникации. Во-первых, как и для других видов СМИ, часто интернет-СМИ передают сообщение однолинейно, то есть если адресат сообщения массовой информации публикует его в интернет-СМИ, он не может быть уверен в том, дойдет ли его сообщение до адресата, как будет воспринято, каким будет отклик [4, с. 45].

Вместе с тем позитивным моментом можно назвать то, что, в отличие от радио- или телепередачи, все чаще интернет-порталы включают поддержку комментирования пользователей, по которой можно отследить общественный резонанс от публикации сообщения, но чаще всего такая возможность отсутствует.

Разумеется, специалисты по массовой коммуникации могут в той или иной степени рассчитать прогнозы общественного резонанса, а также рассчитать те факторы, которые будут действовать на декодирование сообщения массовой информации в массовом сознании, но вот глобальный ответ массового сознания или его отсутствия – аспект довольно непредсказуемый.

В условиях дигитализации данный канал массовой коммуникации неуклонно развивается. В частности, как отмечает А.А. Градюшко,

«с развитием мобильных технологий в значительной степени меняются содержание работы и профессиональные компетенции журналистов. В 2016 г. доля мобильного медиапотребления значительно увеличилась. Это привело как к трансформации дизайна сайтов интернет-СМИ и их содержательно-тематических моделей, так и к необходимости поиска новых форматов представления информации» [3, с. 141].

Центральное пространство в интернете занимают on-line СМИ. Они занимают свою нишу среди других информационных ресурсов, таких как библиотеки и базы данных, справочники, презентации, которые были использованы при информационной поддержке того или иного мероприятия, каталоги и поисковики, как указывает М. Лукина [4, с. 46]. Они владеют всей совокупностью традиционных характеристик, нужных для отнесения их к уровню классических СМК: во-первых, они имеют собственную нишу в социуме, отличную от офф-лайн СМИ по ряду характеристик (в отношении характеристики массовой аудитории: она меньше по объему, моложе, более обеспечена и интеллигентна, имеет индивидуальное информационное поведение). Во-вторых, on-line СМИ характеризуются уникальными возможностями по скорости, объему и оперативности передачи информации, по сравнению с фиксированной периодической классических СМИ.

В-третьих, on-line СМИ имеют особенный регион распространения, их информация распространяется по разным информационно-коммуникационным каналам, которые глобальны по собственной природе, т.е. глобальны по широте охвата аудитории и при этом локальны по способностям доступа к небольшим социальным группам, рассредоточенным по интересам и регионам. В-четвертых, зоны информационного интереса данных СМИ различаются как универсализмом, так и максимальной дифференцированностью, обслуживающей интересы конкретных сегментов аудитории.

В-пятых, интернет расширяет содержательные способности СМИ для исполнения таких функций, как информационная и развлекательная.

При этом on-line СМИ владеют уникальными, лишь им свойственными чертами, подчеркивающими их среди всего объема медиапространства, как указывает М. Лукина, это гипертекстуальность [4, с. 47]. Эта характеристика дает возможность коммукираторам повысить качество контента (полноту, объем, достоверность и другие характеристики информации), а адресантам – возможность просмотра сообщения не только линейно, но и по вертикали и горизонтали, воспользовавшись другими

источниками, без посторонней помощи принять участие в интерпретации сообщения. Мультимедийность, т. е. **вероятность передачи сообщения** в различных знаковых системах – **вербальной, графической, голосовой, фото, видео, анимационной**. Интерактивность, т. е. многосторонний информационный обмен информацией с массовой аудиторией, при этом как с отдельными ее представителями, так и со всей массой в целом.

Отличия канала интернет-коммуникаций организаций от канала коммуникаций СМИ в том, что канал коммуникаций интернет-СМИ формирует мнение независимое, а канал коммуникаций организаций формирует мнение, выгодное для организации.

Но и здесь мы видим подвох – **эти два канала коммуникации в настоящее время в нашей действительности сильно переплелись друг с другом, как в реальной, так и в виртуальной действительности.**

Специфика современного информационного общества заключается в том, что подавляющее количество свободного и рабочего времени затрачивается на производство и потребление знаний и информации. Одним из важнейших источников информации сегодня является интернет, а в рамках интернет-пространства – **интернет-СМИ. Выполняя функцию источника информации, интернет-СМИ создают особое новостное пространство для социума, а в тех СМИ, которые интегрированы в социальные сети и дают возможность комментирования новости, создают еще и своего рода субкультуру сообщества читателей новостного ресурса, своего рода социальную среду.**

Взаимодействие персональных связей между субъектами, а также другими медиаканалами вкупе с возможностью быстрого размещения и распространения информации наделяют интернет-СМИ инициативным преимуществом в социальном конструировании фреймов для анализа текущих событий. Специфика интернет-СМИ как сетевого феномена и социальной среды, а также следствия этого факта важны не только с точки зрения ее значимости для различных акторов, но и с позиций ее научного изучения. Возникает целый ряд вопросов о том, какие правила действуют в этой среде, каким образом эта социальная среда вписывается в современное социальное пространство, какое влияние оказывает на него.

Деятельность интернет-СМИ как СМК и новейший способ передачи информации массовой аудитории оказывает прямое воздействие на процесс реструктуризации общества и формирования видения актуальной социальной реальности. Особенно важно то, что основой пользователей сети Интернет, а, следовательно, основной аудиторией интернет-СМИ

является молодежная аудитория и люди среднего возраста – тот сегмент аудитории, который и формирует современный социум. Как мы уже отметили выше, в данный момент в пространстве интернета складывается тенденция роста доверия аудитории к новостным интернет-ресурсам, а также рост интереса к новостям, рост числа пользователей, которые осознанно, а не ситуативно подписываются или заходят на сайты новостных интернет-СМИ.

Если оценивать интернет-СМИ с точки зрения эффективности, то в первую очередь следует учитывать его популярность. Как мы уже отметили выше, к наиболее популярным СМИ можно отнести как крупные СМИ общестранового охвата (например, sb.by в Беларуси), так и частные СМИ (например, tut.by) [5]. Оценивая же интернет-СМИ с точки зрения эффективности, необходимо учесть не только способности его по охвату народонаселения, на которое данный вид коммуникации с аудиторией способен воздействовать, но и его неконформистский потенциал (к примеру, способность подключиться к коммуникационному процессу, потребность в коммуникации и энтузиазм аудитории к этому интернет-СМИ).

Как пишет Л. Рейман, интернет-СМИ с точки зрения эффективности способны воздействовать на личность комплексно, а также способны влиять на мнение социальной группы и организации [6, с. 54]. Это для интернет-СМИ выражается, как и для любого канала массовой коммуникации, в том, что: 1. Распространяемая посредством интернет-СМИ информация акцентирует внимание аудитории на наиболее актуальных с точки зрения коммуникаторов, создающих контент СМИ, аспектах. Это создает новостной интерес аудитории, а также дает возможность искусственно создать потребность в определенных темах для новостей, что, в свою очередь, сильно упрощает возможность воздействия на аксиологическую систему и мировоззрения как отдельных людей, так и социума в целом. 2. Применяя различные методики воздействия на индивидуума (убеждение, угроза, уговаривание, копирование, инфицирование и др. методики и технологии), интернет-СМИ, как и любое СМИ могут оказывать прямое воздействие на формирование мнения социума. 3. Интернет-СМИ, как и любое СМИ, воздействуют на структуру досуга личности – как мы видели из приведенных графиков, в настоящее время количество часов, проводимых пользователями в сети увеличилось с 1 до 3 часов в день, из которых часть времени пользователь тратит на просмотр новостей в интернет-СМИ.

Интересной особенностью интернет-СМИ можно назвать то, что большинство интернет-СМИ, как мы видим, взаимосвязаны – **уникальность** контента, размещаемого на сайте интернет-СМИ, в большинстве случаев является мнимой – либо дайджест пользуется копированием новостной информации со ссылкой на изначальный ресурс, либо текст новости покупается, либо новость предстает перед читателем многократно в той или иной интерпретации. Новость, которая важна, актуальна и размещена на одном новостном ресурсе, тут же распространяется по другим новостным СМИ и появляется на сайтах-дайджестах, что говорит о том, что связанные между собой медийные ресурсы могут составлять динамичную информационную оболочку медийного пространства интернет-СМИ любой страны.

Благодаря возможности комментирования и интегрированности в социальные сети, большинство интернет-СМИ, которые характеризуются наличием интерактивной связи со своей аудиторией, являются важной средой изучения общественного мнения и культурных мемов.

Интересен феномен появления среди комментаторов самостоятельных или «подсадных» личностей, формирующих вокруг определенной темы ажиотаж споров и рассуждений. Такое искусственное раздувание интереса к теме базируется на «троллинге» – довольно примитивной манипулятивной технологии. Как указывает Д. Кропотов, наиболее часто это намеренное провокационное заявление с активным противостоянием очевидным ценностям новостного сюжета. Цель троллинга в основном – привлечение внимания к неосновным акцентам темы, отвод внимания от одних тем и заострение внимания на других, провокация посетителей ресурса на противостояние друг с другом и т.п. средства влияния на сознание людей.

Изучение социальной среды аудитории интернет-СМИ следует учитывать при изучении современных глобальных социальных тенденций, поскольку феномен интерактивной реакции аудитории на сообщение массовой информации в среде интернет состоит в том, что благодаря отклику аудитории можно быстро понять реакцию аудитории на новость, соответственно – быстро скорректировать ее в соответствии с целями размещения, быстрее подвергнуть контролю основные акценты сообщения, по мнению М. Лукиной [4, с. 48].

Рост числа интернет-СМИ и рост их популярности можно объяснить следующим:

Рост числа интернет пользователей и возможностей их доступа к сети.

Свобода размещения информации и свобода комментария для пользователей (для тех СМИ, которые обладают интерактивным элементом).

Стремление людей к диверсификации источников информации и скорейшему получению информации. До появления интернет-СМИ социум полностью контролировался традиционными СМИ, однако с появлением интернет-СМИ человек стал иметь возможность выбрать наиболее релевантный для себя источник информации.

Огромная скорость распространения информации – при возникновении новостного повода интернет-СМИ часто реагирует быстрее традиционных СМИ, а в условиях разнообразия ресурсов человек может еще и сравнить полярные точки зрения на определенную новость.

Возможность личной окраски информации в СМИ с интерактивным элементом в сочетании с возможностью анонимного высказывания и связанного с этим удовлетворения в социальных потребностях – высказывания собственного мнения, признания, общения, самореализации и т.п.

Таким образом, интернет-СМИ может влиять на сознание аудитории за счет следующих аспектов:

Интернет-СМИ является площадкой для общественных дискуссий. За счет того, что информация распространяется стремительно и неконтролируемо, ускоряется и реакция общественного мнения по различным вопросам.

Интернет-СМИ способствует появлению массовой гражданской журналистики. Каждый пользователь сети может выступить в качестве источника информации, он может сам сообщить в СМИ о происшествии, создать новостной повод. Это привело к тому, что информации стало больше, она стала субъективнее, интереснее. Однако это привело и к падению качества информации, поскольку привлечь обычного человека, не связанного нормами журналистской этики к ответственности за недостоверную информацию практически невозможно.

При интерактивном общении на площадке интернет-СМИ социум тяготеет к смягчению социальной напряженности, поскольку позволяет человеку самореализоваться наиболее безобидным образом, «спуская пар» в комментариях. Однако этот же аспект может использоваться для полноценной манипуляции сознанием людей при ведении информационных войн и необходимости формировать определенное мнение в социуме заинтересованными сторонами.

Интернет-СМИ способствует повышению интереса людей к получению информации, но вместе с тем к падению критичности восприя-

тия за счет повышения объема входящих сообщений и невозможности аналитически обработать каждое, что также является одной из возможностей влиять на сознание социума.

Интернет-СМИ, таким образом, играют значимую роль в коммуникативных процессах современного общества, в котором информация давно выступает в качестве основного ресурса, выполняя вместе с тем социобразующую функцию. Сложность, разнородность и полиморфизм информации порождают насущную необходимость в активном расширении арсенала практик ее получения и освоения.

В целом можно сказать, что эпистолярная имеет тенденцию к наращиванию темпов использования графических знаков, аббревиатур и сокращений, однако, как мы полагаем, в ближайшее время эта тенденция все-таки нивелируется, уступив место разумному балансу между информативностью сообщения, использованием сокращений и аббревиатур, а также графических значков, но, на наш взгляд, будут более распространены смылосодержащие визуальные сопровождающие файлы – формата gif к примеру.

В целом хотелось бы сказать, что эпистолярный жанр и дальше будет трансформироваться, подчиняясь НТР и тенденциям развития человеческой цивилизации, и многим исследователям стоит обратить внимание на эти процессы эволюции и трансформации – эра бумажных писем действительно уходит в прошлое, но эра электронного общения только начинается.

Современный эпистолярный жанр – это очевидные перспективы к дальнейшему развитию творческой образной мысли. Ведь он, как никакой другой вид литературы, тесно связан с личностью пишущего. Перед ним открываются новые лингвистические возможности, его ассоциируют с эмоциональностью и размышлениями, причудливым переплетением литературной и разговорной речи, «вросшими» в бытовую лексику новыми фразеологизмами, метафорами.

#### *Литература*

1. Василик, М.А. Наука о коммуникации или теория коммуникации? К проблеме теоретической идентификации // Актуальные проблемы теории коммуникации. Сборник научных трудов. – СПб.: Изд-во СПбГПУ, 2009. – С. 4–11.
2. Виноградов, В.А., Скворцов Л.В. Информационные потребности и информационная культура. // Теория и практика общественно-научной информации. – 2010 – № 4. – С.4–5.
3. Градюшко, А.А. Мобильный интернет как фактор трансформации журналистского творчества / А.А. Градюшко // *Журналистика в 2016 году: твор-*

- чество, профессия, индустрия. Сборник материалов международной научно-практической конференции. – М.: МедиаМир; Факультет журналистики МГУ имени М.И. Ломоносова, 2017. – С. 141–142.
4. Лукина, М.М., Фомичева И.Д. **СМИ в пространстве Интернета**. – М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2015. – 80 с.
  5. Медиафера Беларуси: социологический аспект [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://iac.gov.by/sbornik/Mediasfera\\_Belarusi.pdf](http://iac.gov.by/sbornik/Mediasfera_Belarusi.pdf)
  6. Рейман, Л.Д. Информационное общество и роль телекоммуникаций в его становлении // Вопросы философии. – 2001. – № 3. – С. 54

**Валерий Толкачёв**

*Белорусский государственный университет*

## **СОВРЕМЕННОЕ ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО И ЕГО ВОЗДЕЙСТВИЕ НА СОЦИУМ**

Все мы живём, действуем и развиваемся в пространстве. Пространство безгранично. Мы развиваемся только тогда, когда понимаем принципы развития пространства и его взаимодействия со временем. Взаимодействуя с окружающей реальностью, мы своевременно улавливаем изменения, происходящие в глобальном, геополитическом, социальном и информационном пространстве, и определённым образом реагируем на них. Действия в пространстве следует правильно интерпретировать и воспринимать как количественные и качественные изменения (закон перехода количества в качество), накопление и воспроизведение новых знаний, умение их обобщать и анализировать. Мы должны научиться улавливать и понимать новые технологии (образовательные, информационные, социальные и т. д.). Таким образом мы будем формировать современное мировоззрение, развивать креативное, критическое мышление, синтезируя новые образы и модели. Этим самым мы будем содействовать прогрессу общества через подготовку новых, современно мыслящих кадров высокой квалификации, способных действовать грамотно, самостоятельно, ответственно. Такие действия будут, несомненно, носить стратегический геополитический характер, поскольку будут воздействовать не только на конкретное общество, но и на общецивилизационные процессы.

В современных условиях информация способна активизировать сознание массовой аудитории посредством новых технологий, не только идейно объединяя людей, живущих далеко друг от друга, но и, используя технические и технологические конструкции, предоставлять им