

<https://doi.org/10.5281/zenodo.8033503>
УДК 316.772.4

Несина В.В.

Несина Виктория Владимировна, Смоленский государственный университет, 214000, г. Смоленск, ул. Пржевальского, д. 4. E-mail: viktorya.nesina@yandex.ru.

Тенденции развития интернет-коммуникации в современной России

Аннотация. В статье рассматриваются основные тренды развития интернет-коммуникации в современном российском обществе. Показана динамика проникновения интернета в России. Рассмотрены особенности развития социальных сетей, структура целей и предпочтений интернет-аудитории. Анализ основывается на результатах мировых и всероссийских эмпирических исследований. Раскрывается своеобразие интернет-коммуникации, осуществляемой посредством социальных сетей, затрагиваются социокультурные, политические и экономические аспекты развития общения и взаимодействия в социальных сетях.

Ключевые слова: интернет-коммуникация, социальные медиа, социальные сети, СМИ, журналистика.

Nesina V.V.

Nesina Victoria Vladimirovna, Smolensk State University, 214000, Smolensk, Przhevalskogo str., 4. E-mail: viktorya.nesina@yandex.ru.

Trends in the development of Internet communication in modern Russia

Abstract. The article discusses the main trends in the development of Internet communication in modern Russian society. The dynamics of Internet penetration in Russia is shown. The features of the development of social networks, the structure of goals and preferences of the Internet audience are considered. The analysis is based on the results of world and All-Russian empirical studies. The peculiarity of Internet communication carried out through social networks is revealed, socio-cultural, political and economic aspects of the development of communication and interaction in social networks are touched upon.

Key words: internet communication, social media, social networks, mass media, journalism.

В современном российском обществе наблюдается тенденция роста числа интернет-пользователей. На сегодняшний день Россия по темпам распространения и социального влияния сети Интернет не отстает от других стран, активно пользуется и даже «живет» в виртуальном пространстве. По данным Global Digital, по состоянию на январь 2022 года в России число интернет-пользователей составило 129,8 млн. чел. Интернетом пользуются до 89% от общей численности населения Рос-

сии. Согласно Керпос, за 2021 год количество интернет-пользователей в нашей стране увеличилось на 5,8 млн. (+4,7%). При этом только 16,04 млн. человек в России не пользуются интернетом, это 11% населения [6]. Это свидетельствует о широком распространении интернета в современной России.

Одной из значимых форм современной коммуникации между людьми сегодня становятся социальные сети. Как отмечается в отчете компании Global Digital, ко-

торая изучала причины и цели использования социальных сетей жителями России, на начало 2022 года большинство использовали социальные сети, чтобы общаться с друзьями и близкими (58,7%). Кроме того, социальные сети выполняют функцию досуга и помогают заполнить свободное время (42,9%). Также одной из основных функций является чтение новостей (39,5%). 26,9% ищут в социальных сетях товары, которые хотят купить, а 21,9% изучают информацию о брендах [6].

В российском обществе сетевые коммуникации в интернете объединены несколькими наиболее популярными социальными сетями, число пользователей которыми стабильно высоко. По данным исследования Фонда общественного мнения (ФОМ), на 2021 год среди социальных сетей первое и второе места принадлежат отечественным проектам «ВКонтакте» и «Одноклассники» (38% и 29% соответственно) [5].

Как видно из исследования ВЦИОМ, перечень самых популярных в россиянах соцсетей с сентября 2021 года по апрель 2022 года изменился незначительно. Заметные изменения у мессенджера Telegram, который поднялся выше, потеснив другие соцсети и мессенджеры. Он продемонстрировал наибольший прирост аудитории среди всех социальных сетей и мессенджеров (+13 пунктов к ноябрю 2021 г.). Доля ежедневных пользователей у Telegram выросла с 22% до 35%. [4].

Можно говорить о том, что аудитория социальных сетей и интернет-пространства в целом достаточно обширна и разнообразна. Дифференциация наблюдается по гендерным, возрастным, социально-классовым и иным основаниям. Например, почти все социальные сети и мессенджеры более популярны среди женщин, чем среди мужчин, особенно сеть «Одноклассники» (35% и 23% соответственно). При этом, скажем, Telegram несколько популярнее у мужчин, чем у женщин (24% и 20% соответственно) [5]. Существенные различия в использовании социальных сетей обнаруживаются у людей разного воз-

раста. Так, если молодой человек в возрасте 18-30 лет использует в среднем 4 онлайн-сервиса, то в группе старше 60 лет на каждого ее представителя приходится лишь 0,7 интернет-платформ [5].

На основе анализа данных о современных потоках новостной информации и каналах ее передачи, становится понятно, что Интернет – это один из основных источников получения информации, которая нередко не нуждается в репортерах, монтаже и других инструментах, характерных для традиционных СМИ, поскольку фактически каждый пользователь может превратиться в автора текста или соавтора. Однако, это приводит к утрате такого свойства журналистского текста, как его качество. Важен сам момент появления текста, привлекающий внимание, способ его преподнесения аудитории. Именно поэтому основная масса всех пользователей заинтересована в социальных сетях как в источнике быстрого получения новостного контента.

Также наблюдается тенденция трансформации и развития СМИ в отношении контента, которая заключается в том, что у пользователя появляется возможность, как читать новости, так и делиться ими, передавая информационный контент прямо с места событий. Благодаря этому сокращаются расходы на монтаж, операторов, дорогостоящую аппаратуру и увеличивается численность и охват аудитории через постоянный информационный поток, представляющий актуальную информацию.

Одна из особенностей развития современного медиапространства состоит в том, что традиционные СМИ стараются создавать свои материалы с учетом тех публикаций, которые созданы и тиражируются в социальных сетях. Высокие темпы распространения социальных сетей заставляют традиционные СМИ создавать свои странички в социальных сетях, мессенджерах и развлекательных веб-сайтах. Там они постоянно обновляют информацию и имеют своих подписчиков, определяющих охват аудитории.

Тенденции развития интернет-коммуникации актуализирует политический фактор. Сегодня посредством социальных сетей разворачивается борьба за электорат, так как данная сфера дает больше возможностей, уменьшает затраты на рекламу. Интернет-пространство превращается в мощный инструмент политического воздействия в связи с тем, что практически любое политическое событие может оказаться в публичном пространстве.

Кроме того, нередко интернет-пользователями онлайн-ресурсы рассматриваются как источник, обеспечивающий свободу слова, возможность обойти рамки цензуры, что позволяет получить информацию в полном объеме и в том формате, который недоступен в традиционных СМИ.

Интернет способствует оптимизации обратной связи не только с источником массовой информации, но и с представителями власти. На просторах интернета активно развиваются государственные платформы по оказанию услуг, вовлечению людей в процессы государственного и местного управления, упрощаются возможности электоральной активности, заменяются чиновники разных уровней. Сайты правительства, а также профили политиков, руководителей регионов в социальных сетях позволяют оставить жалобы, предложения, узнать новости, план работы и другую интересующую информацию. Все это делает работу власти открытой, вовлекает молодежь в политическую сферу.

Можно говорить о том, что сегодня политическая и экономическая борьба переходит в виртуальное пространство. Имидж политического деятеля строится не только на основании его внешнего вида и подготовленной речи, но и на умении вести социальные сети, публиковать информацию об успехах и достижениях, взаимодействовать с электоратом с использованием виртуальной реальности, а не только посредством личных встреч, визитов и собраний. В социальных сетях политику всегда можно понять и увидеть реакцию электората на его различные действия, меро-

приятия и сменить алгоритм действий в нужном направлении.

Информационное противоборство в пространстве социальных сетей нередко приводит к распространению недостоверных, фейковых публикаций, которые превращаются в орудие формирования общественного мнения и управления поведением интернет-пользователей. Так, по данным исследований медиапрактик студенческой молодежи, 39% респондентов считает, что основным источником распространения фейковых новостей являются интернет-ресурсы. Традиционные СМИ (телевидение) в качестве такого источника упомянули 24% [1].

С появлением социальных сетей стали развиваться новые культурные традиции, нормы, ценности, складывается новый язык, культура общения, символы. Эта новая среда достаточно легко осваивается, человек без труда адаптируется и «живет» в виртуальном пространстве, которое становится частью бытовой сферы. Как отмечал Ж. Бодрийяр: «Все мы стратегические заложники *in situ* [на месте]: наше место обязательного пребывания – экран телевизора, где мы ежедневно подвергаемся виртуальной бомбардировке и в то же время выступаем в качестве меновой стоимости...» [2, С. 134]. Эта мысль актуальна и для интернет-пространства. Действительно, большую часть нашей жизни человек тратит на проведение времени перед экраном телевизора или, что сейчас более актуально, – возле монитора ноутбука или компьютера. Статистика говорит о том, что средний интернет-пользователь в России проводит около 7 часов и 50 минут на просторах интернета в сутки, получая доступ к контенту посредством разных устройств. Это не всегда непрерывное восьмичасовое полное погружение в социальные сети, а, как правило, повторяющиеся кратковременные периодические обновления ленты и изучение новостей в разных сферах [3]. Погружение в интернет-коммуникации приводит к тому, что пользователь подвергается воздействию виртуально пространства, которое для него вы-

ступает в качестве платформы для обучения, проведения досуга, общения, построения отношений, формирования картины реальности.

Подводя итог, можно сказать, что интернет в России развивается достаточно интенсивно и не отстает в своей динамике от распространения в других странах. Сегодня он является одним из ключевых ресурсов обеспечения населения информацией и средством, оказывающим влияние на социальные практики. Однако развитие интернет-пространства провоцирует возникновение новых проблем: фейковые новости, жаргонизация, всплески речевой

агрессии – все это также признаки интернетизации современной социальной коммуникации.

А динамика распространения интернета, степень вовлеченности в интернет-пространство пользователей свидетельствуют как об увеличении информационной нагрузки, так и об ее вероятных последствиях – росте негативных эмоций, стрессовых состояниях, когнитивной дезорганизации. В этой связи анализ тенденций развития интернет-коммуникаций в современной России ставит на повестку дня вопрос об информационной экологии и информационной безопасности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Баринов Д.Н., Несина В.В. «Фейк-ньюс» в социальных сетях: медиапрактики студенческой молодежи. Вопросы теории и практики журналистики. 2023. Т. 12. № 1. С. 5-23. DOI 10.17150/2308-6203.2023.12(1).5-23.
2. Бодрийяр Ж. Дух терроризма. Войны в заливе не было / пер. с фр. А. Качалова. М.: Рипол-классик, 2016. 222 с.
3. Интернет в России в 2022 году: самые важные цифры и статистика. URL: <https://www.web-canape.ru/business/internet-v-rossii-v-2022-godu-samyie-vazhnye-cifry-i-statistika/>
4. Российская аудитория социальных сетей и мессенджеров. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/rossiiskaja-auditorija-socialnykh-setei-i-messendzherov-izmeneniya-na-fone-specoperacii?>
5. СМИ и интернет. Социальные сети и мессенджеры. URL: <https://fom.ru/SMI-i-internet/14555>.
6. Global Digital. Интернет в России в 2022 году: самые важные цифры и статистика. URL: <https://www.web-canape.ru/business/internet-v-rossii-v-2022-godu-samyie-vazhnye-cifry-i-statistika>.

REFERENCES (TRANSLITERATED)

1. Barinov D.N., Nesina V.V. "Fake news" in social networks: media practices of students. Questions of theory and practice of journalism. 2023. Vol. 12. No. 1. pp. 5-23. DOI 10.17150/2308-6203.2023.12(1).5-23.
2. Baudrillard J. The spirit of terrorism. There was no war in the Gulf / per. with fr. A. Kachalov. M.: Ripol-classic, 2016. 222 p.
3. Internet in Russia in 2022: the most important figures and statistics. URL: <https://www.web-canape.ru/business/internet-v-rossii-v-2022-godu-samyie-vazhnye-cifry-i-statistika/>
4. The Russian audience of social networks and messengers. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/rossiiskaja-auditorija-socialnykh-setei-i-messendzherov-izmeneniya-na-fone-specoperacii?>
5. Mass media and the Internet. Social networks and messengers. URL: <https://fom.ru/SMI-i-internet/14555>.
6. Global Digital. Internet in Russia in 2022: the most important figures and statistics. URL: <https://www.web-canape.ru/business/internet-v-rossii-v-2022-godu-samyie-vazhnye-cifry-i-statistika>.

Для цитирования:

Несина В.В. Тенденции развития интернет-коммуникации в современной России // Гуманитарный научный вестник. 2023. №5. С.11-14. URL: <http://naukavestnik.ru/doc/2023/05/Nesina.pdf>