

Арсланова Асия Исмагиловна

МАССОВИЗАЦИЯ ИНТЕРНЕТА: ПРОЯВЛЕНИЯ, СЛЕДСТВИЯ, ТЕНДЕНЦИИ

Автором статьи выявлены следствия роста числа пользователей сети Интернет. Дана собственная оценка примитивизации коммуникационных процессов и названы риски сближения интернет-пользователей с потребителями традиционных СМИ (превращения из авторов в "людей массы"). По мнению автора, эта негативная тенденция может быть преодолена усилиями самих пользователей, продолжающих фильтровать информационные потоки и вести креативную деятельность в Сети.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2014/1-2/1.html

Источник

Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2014. № 1 (39): в 2-х ч. Ч. II. С. 13-15. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/3.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2014/1-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: voprosy_hist@gramota.net

УДК 101.1::316

Философские науки

Автором статьи выявлены следствия роста числа пользователей сети Интернет. Дана собственная оценка примитивизации коммуникационных процессов и названы риски сближения интернет-пользователей с потребителями традиционных СМИ (превращения из авторов в «людей массы»). По мнению автора, эта негативная тенденция может быть преодолена усилиями самих пользователей, продолжающих фильтровать информационные потоки и вести креативную деятельность в Сети.

Ключевые слова и фразы: интернет-сообщество; массовизация Интернета; примитивизация коммуникационных процессов; сетевая коммуникация; социальные взаимодействия; искусственное формирование сообществ.

Арсланова Асия Исмагиловна*Бакирский государственный университет**aarslanova@gmail.com*

МАССОВИЗАЦИЯ ИНТЕРНЕТА: ПРОЯВЛЕНИЯ, СЛЕДСТВИЯ, ТЕНДЕНЦИИ[©]

На протяжении последних лет фокус нашего исследовательского интереса концентрируется вокруг проблемы формирования и развития сообществ в сети Интернет [1; 2]. В рамках данной статьи мы обращаемся к социально-философскому анализу факторов, определивших развитие социальных взаимодействий в Интернете 2010-х гг., ключевым из которых является возросшее число его пользователей. На наш взгляд, именно с этого времени можно говорить о массовизации Сети. Если в середине 1990-х речь шла о менее чем 20-ти миллионах пользователей, то сегодня аудитория Интернета превышает 2 миллиарда человек [8]. Целью данной статьи является определение проявлений и следствий названного процесса.

По нашим наблюдениям, именно массовизация привела к тому, что в 2010-е гг. в Интернете наблюдается примитивизация коммуникационных процессов. Одним из ее проявлений является **популяризация кнопок Like и Share** в социальных сетях. Кнопка *Like* (англ. «нравиться») дает возможность оценить выложенный кем-то контент, *Share* (англ. «делиться») – опубликовать ссылку на него на собственной странице. До их введения механизм оценивания и распространения информации никогда не был таким простым. Пользователям приходилось прилагать хотя бы минимальные усилия – например, формулировать мысль при написании комментария.

Рассмотрим иные проявления. Во-первых, это во все большей степени **развлекательный характер сетевой коммуникации**. Современные пользователи имеют доступ к устройствам, совмещающим полезные и развлекательные функции. Например, планшетный компьютер может использоваться для чтения электронных книг и игр. Однако, по мнению экспертов, индивид в большем числе случаев выберет то, что требует меньше интеллектуальных усилий [3].

Во-вторых, **высокая скорость ее протекания** и отсутствие времени на анализ. Ранее медиапродукты не создавались и не попадали в руки аудитории с такой регулярностью, как сегодня. Не имея широкого выбора, человек дольше изучал журнал или музыкальный альбом и соответственно выкристаллизовывал их смысл. При сегодняшнем потоке информационных продуктов краткосрочный анализ сводится к одному – немедленно отложить то или иное издание или сохранить его.

В-третьих, тенденция к невербальной коммуникации, которая в Интернете проявляет себя в виде **общения с помощью изображений**. Эксперты говорят о «новой визуальности»: все большее число востребованных коммуникационных площадок в виртуальном пространстве строится на выкладывании рисунков разного уровня художественного достоинства. Наиболее популярные из них – *Pinterest.com* и *Instagram.com*.

Четвертой тенденцией можно назвать **участвующий выход в Интернет через телефоны**, карманные персональные компьютеры, смартфоны. На наш взгляд, подключаясь к нему в любое свободное время и воспринимая информацию через небольшой экран, индивид логично выбирает короткие формы сетевой коммуникации.

На наш взгляд, именно пассивная роль интернет-пользователей привела к востребованности в 2010-е гг. сообществ, курируемых профессионалами. Среди последних могут быть как сотрудники СМИ, так и эксперты в тех или иных областях, в том числе самостоятельно изучившие их. По прогнозам экспертов, информационная продукция, созданная профессионалами, в перспективе будет привлекать все больше пользователей: кого-то – благодаря своему качеству, кого-то – благодаря возможности не создавать, не формулировать самому, а лишь перепубликовать (и таким образом выражать себя).

Примером искусственно сформированного сообщества является сетевой проект *Snob.ru*, изначально ориентированный на объединение людей, принадлежащих к одному социальному кругу и имеющих схожие ценности, культурные коды, привычки (*Global Russians* – успешных профессионалов из России, востребованных и за рубежом). Попытки искусственно сформировать сообщества делают и политики. В частности, в России начала 2010-х гг. наблюдалась тенденция, когда коммуникационные площадки в Сети организовывались вокруг блогов губернаторов регионов.

Данная тенденция напрямую связана с ростом числа и трансформацией ценностей интернет-пользователей. В начале 2000-х гг. ученые декларировали, что формирующиеся в Сети сообщества отличаются нонконформизмом [5; 9]. К 2010 г. ситуация изменилась. Современная интернет-аудитория все ближе аудитории традиционных СМИ и все активнее осваивает площадки, предлагаемые производителями тех или иных продуктов потребления, медиакорпорациями и государством. Основное условие – наличие интересного контента (содержимого) на них. Именно благодаря контенту на подобных сайтах формируются сообщества пользователей, необходимость в которых может быть обусловлена как коммерческими (рекламы и продвижения), так и социально-ориентированными целями.

Увеличившееся – за счет искусственных – число интернет-сообществ усложняет процессы фильтрации информационных потоков, и в итоге отдельный индивид может оказаться без точки опоры. Им манипулируют, и велики риски оказаться в сообществе, не соответствующем собственным ценностям. Способность отгородиться от навязанных тем или иным способом информационных потоков, проявленная в разной степени у пользователей, формирует новый тип социального неравенства. Существуют те, кто способен настроить свою «медиадиету» и прилагает к этому усилия, и те, кто ведом в данной сфере.

Обратимся к еще одному следствию массовизации. Для людей, взаимодействующих в пространстве Сети, любое сообщение становилось элементом социализации. Так, А. Мирошниченко озвучил формулу: «Публикую – значит существую». Эпоха «лайка» упростила процесс социализации. «Лайкаю (даю ссылку) – значит существую» вводит в коммуникационное пространство то большинство, которое выступало в виде молчаливой публики на предыдущих этапах развития Интернета. Соответственно, данная функция не только развращает потенциальных авторов, все чаще отказывающихся от создания текстов, но и расширяет информационные потоки за счет тех, кто недостаточно компетентен для создания самостоятельных сообщений [6].

Реалии нынешнего этапа развития Сети заставляют задуматься о заявленной К. С. Гаджиевым проблеме вертикальной неоварваризации, представляющей собой «размывание линий разграничения между элитой, или, как говорят, —*ветом нации*», и остальной массой» [4, с. 14]. Причем ученый подчеркивает двусторонний характер данной проблемы: верхи демократизируются (в нашем случае – перестают создавать контент), а образовательный уровень охлоса повышается (в Интернете 2010-х гг. пролетариат информационного общества получает право публикации наравне со всеми). На наш взгляд, явление носит исключительно негативный характер, порождая широкие потоки некачественных коммуникационных сообщений (по сути – шума).

На основании вышесказанного можно сделать выводы. Во-первых, массовизация Интернета является опасной тенденцией. Она ведет к засорению информационного поля, примитивизации общения, формированию пассивной, не способной противостоять манипуляциям аудитории. Отказ ряда интернет-пользователей от авторства, особенно в случае наличия особых способностей, по сути равен признанию себя человеком массы (в том понимании, которое дает Х. Ортега-и-Гассет [7]).

Во-вторых, представленные характеристики текущего этапа развития Сети подтверждают, что перед личностью стоит определенный вызов. Велика угроза перестать проявлять креативные способности, производить, слиться с пришедшей позднее массой. К этому подталкивают как развившиеся технологии, не требующие от пользователя больших интеллектуальных усилий, так и социальное окружение.

На наш взгляд, негативная тенденция может быть преодолена усилиями самих индивидов. Лишь тщательно фильтруя получаемые информационные потоки и продолжая производить собственный контент, каждый отдельный пользователь отодвигает момент, когда Интернет перестанет быть более качественным СМК (как, например, на данном этапе в сравнении с телевидением), и перед развитыми личностями острее встанет вопрос выбора видов деятельности, круга общения, источников информации в Сети, по сути немаловажный уже сейчас.

Список литературы

1. **Арсланова А. И.** Роль интернет-сообществ в реализации основных социальных потребностей // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2012. № 3. Ч. I. С. 35-37.
2. **Арсланова А. И., Фролова И. В.** Новая коммуникационная ситуация: философские размышления // Современные философские исследования. Велико Търново: Св.Св. Кирил и Методий, 2011. С. 259-269.
3. **Веденеева В.** Юрий Сапрыкин: «Кого возьмут в будущее?» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.openspace.ru/society/world/details/17429/> (дата обращения: 03.05.2010).
4. **Гаджиев К. С.** Масса. Миф. Государство // Вопросы философии. 2006. № 6. С. 3-20.
5. **Кастельс М.** Галактика Интернет: размышления об Интернете, бизнесе и обществе. Екатеринбург: У-Фактория; Изд-во Гуманитарного ун-та, 2004. 328 с.
6. **Мирошниченко А.** Публикаторы и публика [Электронный ресурс]. URL: <http://www.openspace.ru/media/projects/19888/details/22091?expand=yes> (дата обращения: 30.07.2011).
7. **Ортега-и-Гассет Х.** Восстание масс. Дегуманизация искусства. Бесхребетная Испания / пер. с исп. М.: АСТ; АСТ МОСКВА, 2008. 348 с.
8. **Число пользователей Интернета в мире превысило 2 миллиарда** [Электронный ресурс]. URL: <http://ria.ru/technology/20120119/543870925.html> (дата обращения: 17.01.2012).
9. **Щербина В. Н.** Сетевые сообщества в ракурсе социологического анализа. Опыт рефлексии становления «киберкоммуникативного континуума» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.soc.univ.kiev.ua/LIB/PUB/S/scherbyna.pdf> (дата обращения: 19.09.2010).

INTERNET POPULARIZATION: MANIFESTATIONS, CONSEQUENCES, TENDENCIES

Arslanova Asiya Ismagilovna
Bashkir State University
aarslanova@gmail.com

The author reveals the consequences of Internet users number growth, gives her own assessment of communication processes primitivization and mentions the risks of Internet-users convergence with traditional mass media consumers (authors' transformation into "people of mass"). In the author's opinion, this negative tendency can be overcome by the efforts of users themselves continuing to filter informational flows and to conduct creative activity over the Web.

Key words and phrases: Internet-community; Internet popularization; communication processes primitivization; network communication; social interactions; artificial formation of communities.

УДК 94(470)

Исторические науки и археология

Статья посвящена теме создания и развития Омской военной авиационной школы пилотов – одного из первых учебных заведений ВВС, осуществлявшего подготовку летных кадров в Сибири. Рассмотрены вопросы комплектования постоянным и переменным составом, материально-технического обеспечения и организации учебного процесса. На основании анализа архивных источников автором выявлены особенности формирования авиашколы.

Ключевые слова и фразы: Военно-воздушные силы; военно-учебные заведения; авиация; авиашкола; курсанты; Омская ВАШП; Красная Армия.

Астраханцев Олег Николаевич, к.и.н., доцент

Московский государственный технический университет гражданской авиации (филиал) в г. Иркутске
onastra@mail.ru

**СТАНОВЛЕНИЕ ОМСКОЙ ВОЕННОЙ АВИАЦИОННОЙ ШКОЛЫ ПИЛОТОВ
НАКАНУНЕ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ[©]**

Интенсивный рост военной авиации и обновление самолетного парка накануне Великой Отечественной войны потребовали в короткие сроки увеличить число летного и инженерно-технического состава Военно-воздушных сил (ВВС), повысить уровень его подготовки. Кроме того, повышение качества обучения авиационных специалистов необходимо было производить с учетом опыта боевых действий, накопленного в Испании, Китае, на Халхин-Голе, у озера Хасан. В связи с этим в СССР стала активно расширяться сеть военно-учебных заведений по подготовке кадров.

1 мая 1940 года была сформирована авиашкола, получившая наименование «Омская школа пилотов» (основание: приказ войскам Сибирского военного округа (СибВО) № 061 от 17.05.40 г.). Она начала свое формирование 15 апреля 1940 года. Для ее дислокации было выбрано место на левом берегу реки Иртыш, на юго-западе от города Омска. Школа формировалась на базе 52-й авиационной бригады по штату за № 20/908 литер «А» от 29 марта 1940 г., в составе 2-х эскадрилий и дополнительным штатом за № 20/976 штата школы стрелков-радиостов [4, д. 1, л. 2].

Общее количество лично состава было определено следующее:

1. начальствующего состава – 280 человек;
2. младшего начальствующего состава – 157 человек;
3. рядового состава – 166 человек;
4. курсантов – 830 человек.

Итого: 1433 человека.

Основой для формирования являлись:

а) по переменному составу: аэроклубы Омской, Тюменской областей, Красноярска, Канска и Черногорска (основание: приказ войскам СибВО № 0175 от 26.03.40 г., № 0196 от 19.04.40 г.);

б) по укомплектованию школы стрелков-радиостов: части 53-го стрелкового корпуса (приказ ВВС КА № 028 от 7.04.40 г., № 034 от 20.04.40 г.);

в) по постоянному составу: 1-я Чкаловская, Сталинградская, Новосибирская, Вольская, Иркутская и Ленинградская школы (приказ НКО № 1759 от 26.04.40 г., № 01905, 01252 от 31.03.40 г., № 01894 от 20.04.40 г.) [Там же, л. 2 – 2 об.].

Начальником авиашколы был назначен полковник Пристром Евгений Степанович, военным комиссаром – бригадный комиссар Кобякин Иван, начальником штаба – полковник Лонский Александр Павлович, помощником начальника школы по технической эксплуатации – военинженер 2-го ранга Добровольский Георгий Петрович [Там же, л. 2].