

Н. Б. Зубкова

Екатеринбург

ИНФОРМАЦИЯ В ИНТЕРНЕТ-МЕДИА: «РАСШИРЕНИЕ» ЧЕЛОВЕКА

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: информация, медиа, Интернет, ускорение, рассредоточенность, принцип «копировать-вставить»

АННОТАЦИЯ: В статье рассматривается изменение способа обмена и получения информации с распространением Интернет-медиа.

N. B. Zubkova

Yekaterinburg

INFORMATION IN INTERNET MEDIA: THE EXTENSIONS OF MAN

KEY WORDS: information, media, Internet, acceleration, “copy-paste” principle

ABSTRACT: The essay discusses the variation of the process of exchange and getting of information due to the dissemination of Internet media.

Обмен информацией был одной из важнейших потребностей человека во все времена, однако проблемы, связанные со скоростью и объемом обмена, стали актуальной проблемой только с возникновением медиа.

С появлением электричества и электрических средств связи стал возможен мгновенный обмен информацией. Если раньше письмо ехало с курьером, поездом, пароходом, то теперь для того, чтобы передать сообщение, требовалось несколько секунд. Важным стало каждое мгновение, обмен информацией ускорился, казалось бы, до пределов физических возможностей человека — телефонный разговор не может быть ускорен, человек не может говорить и воспринимать речь быстрее, чем он это делает. Обмен информацией «в режиме реального времени» мог бы считаться предельной скоростью, однако с распространением средств массовой коммуникации (СМК) и возникновением медиа

даже такой способ, при котором на передачу информации не затрачивается никакого времени, перестал быть эффективным.. Для того, чтобы справиться с потоком информации, стало необходимым выработать качественно иной метод взаимодействия с ней.

В условиях «власти информации» изменился характер взаимодействия с сообщением. Важным стало не столько владение определенной информацией, сколько скорость ее получения. Актуальность информации определяется в секундах, и сообщение, полученное с задержкой, может уже не иметь никакого значения. Потому в медиа и СМК борьба идет не за саму информацию, а за наиболее быстрый способ ее предоставления.

Наиболее простой способ ускорить получение информации — это максимально сжать ее, например, свести текст к одной фразе, заголовку, где высказано только принципиально важное, отказавшись от всех подробностей. В

марте 2008 года «Нью-Йорк Таймс» решили посвятить вторую и третью страницы каждого выпуска выдержкам из статей, и дизайн-директор газеты объяснил, что «сокращения» дадут своим спешащим читателям быстрое представление о новостях дня, избавляя их от «менее эффективного» метода фактически переворачивать страницы и читать материалы [1].

Благодаря своим техническим возможностям СМК могут предоставлять множество разнообразных сообщений одновременно. «Контент медиа насыщается гиперссылками, мигающими баннерами и другими цифровыми безделушками. Новое e-mail сообщение, например, может оповестить о своём прибытии тогда, когда ты просматриваешь последние новости» [1]. Такой способ подачи информации можно сравнить с лоскутным одеялом или мозаикой, состоящей из множества маленьких кусочков.

Маршалл Маклюэн отмечал, что средство коммуникации есть «расширение человека», его возможностей и «на протяжении механических эпох мы занимались расширением наших тел в пространстве» [2. С. 6]. И любое такое расширение влияло не только на техническое развитие, но и на способ мышления человека. «Личностные и социальные последствия любого средства коммуникации – то есть любого нашего расширения вовне – вытекают из нового масштаба, привносимого каждым таким расширением, или новой технологией, в наши дела» [2. С. 10].

«Мозаичность» сообщений в СМК требует нового способа взаимодействия с информацией. Человек, привыкший к чтению «традиционных» текстов не сможет сориентироваться в мозаике сообщений СМК. Н. Карр говорит об изменении способа мышления как результате работы в Сети: «Мой мозг рассчитывает получать информацию тем же способом, которым Сеть распространяет её: в быстро движущемся потоке частиц» [1].

Для того чтобы успеть справиться с потоком информации, необходимо «быть в нескольких местах сразу», «делать несколько дел одновременно», но для этого нужно постоянно переключать свое внимание с одного на другое.

Человек эпохи медиа – это, в первую очередь, Интернет-пользователь. Привычный для него способ получения информации – переход со ссылки на ссылку для быстрого получения как можно большего количества разнообразных сообщений. Такой пользователь уже не может удовлетвориться одним сообщением, он постоянно ищет, на что можно отвлечься. Он воспринимает только те сообщения, которые не требуют длительного и сосредоточенного внимания. Н. Карр так говорит об изменении своего способа восприятия: «Это сильнее всего ощущается во время чтения... Сейчас я часто теряю концентрацию уже после двух-трех страниц. Я суечусь, теряю нить рассуждений, начинаю искать, что бы ещё сделать. Я чувствую, как заставляю свой капризный мозг вернуться к тексту. Вдумчивое и серьезное чтение, которое было естественным, превратилось в проблему» [1].

Одновременное получение нескольких сообщений требует изменения способа взаимодействия с сообщением и перестраивания процесса мышления вообще. Умение воспринимать несколько сообщений сразу не только исключает возможность сосредоточения, глубокого погружения, но и постепенно уничтожает саму способность к такому погружению. «Я читаю онлайн не потому, что мне так удобнее, но из-за изменившегося способа мышления», – предполагает Скот Кап [1].

СМК и, в первую очередь, Интернет, стремясь к ускорению способов предоставления информации, формируют способ взаимодействия с информацией, основной ценностью которого является оперативность. Такой способ не предполагает вдумчивого погружения, а сообщение не нуждается в интер-

претации. В. Савчук говорит о «зрителе эпохи новых медий» [4. С. 100], который привык смотреть не соприкасаясь, не переживая, не рефлексировав. Сообщение в СМК строится таким образом, чтобы над ним не нужно было задумываться – поскольку это замедляет скорость получения информации. Обнаружив «зашифрованное» сообщение, пользователь скорее начнет искать информацию на других ресурсах, нежели «расшифровывать» это.

Способ работы с информацией в Сети все чаще сводится к операции «копировать-вставить» (copy-paste). Сообщение, состоящее из байтов и пикселей, становится просто информацией, превращается в «нейтральный материал для бесконечных операций copy-paste» [3].

Принцип «copy-paste» можно назвать основным способом работы с информацией в Интернет-медиа. Этот принцип позволяет «поглощать» информацию с большой скоростью и в больших объемах, при этом не сосредотачиваясь на ней. Н. Карр приводит пример исследования работы с поисковой системой, содержащей статьи и электронные книги, пользователи которой просматривают «по диагонали» огромное количество страниц, периодически сохраняя длинные тексты, что, однако, «не гарантирует, что они будут прочитаны» [1]. С появлением Интернета поиск необходимой информации значительно упростился. «Исследование, для которого раньше требовались дни в книгохранилищах... сейчас осуществляется за минуты. Несколько Google-запросов, кликов на гиперссылки – и готов факт или содержательная цитата» [1].

Важнейшей характеристикой принципа «copy-paste» является то, что любое сообщение, распространяемое в Интернете, обладает не только доступностью и способностью быть «присвоенным» каждым пользователем, но и может быть этим пользователем распространена. Каждый адресат сообщения в тот же момент может стать распростра-

нителем этого сообщения. То, что было недоступно еще в эпоху «традиционных медиа», стало возможным в эпоху Интернета и цифровой информации. Если раньше, смотря телевизор или слушая радио, человек не имел возможности передавать информацию тем способом и с помощью того средства массовой коммуникации, с помощью которого он ее получил, то сейчас это достигается простым нажатием «копировать-вставить». Интернет-пользователь не только получает информацию с той же скоростью, к которой Сеть распространяет ее. С той же скоростью он передает ее дальше.

Принцип «копировать-вставить» является своеобразным гарантом достоверности информации, поскольку сообщение не подвергается каким-либо изменениям в процессе распространения и сохраняет свой «первоначальный вид» вне зависимости от того, сколько раз оно было скопировано. Также он исключает возможность «неточности». Технический способ копирования дает человеку уверенность в том, что информация не будет искажена и достоверность скопированного сообщения будет равна достоверности исходного.

Благодаря развитию технических средств СМК изменился сам характер получения информации. Ее объемы увеличились настолько, что потребовали качественных изменений в способе ее восприятия и структуре мышления. Интернет-медиа стали восприниматься как «расширение» памяти, а технически точное копирование – как доказательство достоверности.

Можно сказать, что развитие Интернет-медиа воспринимается как развитие самого человека, его памяти, мыслительных процессов. Однако медиа – это «внешние расширения», которые, в конечном итоге, замещают «внутренние» процессы. Принцип «копировать-вставить» становится альтернативой запоминания, ознакомления с информацией, причем альтернативой повсеместной. Не зря накануне митинга на Болотной

площади поэт Лев Рубинштейн придумал термин для нынешнего состояние культуры – «перепостмодернизм».

ЛИТЕРАТУРА

1. Карр Н. Делает ли Google нас глупее? (Перевод А.Лепешкина) // [Медиаэкология] [электронный ресурс]. URL: <http://media-ecology.blogspot.com/2011/03/google.html> (дата обращения 26.05.2011)
2. Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003.
3. Орлов Д. На цифровой игле [электронный ресурс]. URL: [http:// photographer.ru/cult/theory/4005.htm](http://photographer.ru/cult/theory/4005.htm) (дата обращения 26.03.2012)
4. Савчук В.В. Философия фотографии. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2005.