

Интернет, в котором мы живем

Новая информационно-коммуникационная среда. Состояние, проблемы, вызовы. Попытка осмысления.

Доклад, выдержки из которого публикуются ниже, подготовлен на основе мнений широкого круга экспертов, при поддержке руководства Министерства связи и массовых коммуникаций. Сведение высказываний осуществляло редакционное бюро в составе А.Г.Быстрицкого (общее редактирование), И.В.Кирии, М.А.Лайко (ответственный секретарь), М.С.Пучкова при творческом участии заместителя министра связи и массовых коммуникаций А.А.Жарова. Редакционное бюро признательно И.Потоцкому и А.Калину за существенный вклад в подготовку и редактирование текста.

Большинством экспертов этот доклад рассматривается как некая основа для дальнейшей работы.

Введение

Прошедшее десятилетие показало, что сфера медиа (информационно-коммуникационная среда) переживает период существенных изменений, в результате которых преимущественно одноканальная система превращается в многомерное общество, в котором каждый может общаться с каждым, или со всеми, или с некоторыми одновременно. Возникают совершенно новые феномены: социальные сети, блоги, индивидуальные массмедиа и т.д. Возможность влияния на общественное мнение превращается в значимый сегмент мировой экономики и весомый фактор развития социально-политических систем, способный в значительной степени определять образ жизни и социальные установки значительной части общества.

Нет, впрочем, сомнений, что базовые формы существования общества, основы социального управления, общения людей, равно как и характер современного общества – общества потребления, сохранятся.

Растущий масштаб влияния информационно-коммуникационной среды на многие стороны жизни общества и государства требует предельно прагматичной стратегии управления ситуацией – не только развитием самой сферы медиа, но и процессами, которые ее динамичная трансформация порождает в социально-политической и экономической жизни.

I. Общие выводы и некоторые предложения

В ближайшее время, при всей технологической поразительности Интернета, принципиальных изменений в обществе не произойдет. Мы используем термин «новая информационно-коммуникационная среда» исключительно в целях единого восприятия терминов всеми участниками работы и теми, кому этот доклад адресован.

1. Общество

В новой информационно-коммуникационной среде неизбежно возникает своего рода параллельное общество, которое неизбежно воспроизводит в виртуальной среде все то, что было создано в среде реальной, – торговлю, СМИ, те или иные сообщества. В перспективе оба общества сольются и прекратят противопоставлять себя друг другу. Наоборот, мы уверены, что постиндустриальное общество потребления трансформируется в информационно-сетевое. Никакого специального заряда антигосударственности или какой-то особой эмансипации оно не несет. Индивидуальный характер потребления в новой среде приведет только к большей устойчивости общества в случае потрясений.

Более того, оно дает возможность кратно возрасти контролю и манипулированию в новой среде. Облегчился сбор данных о человеке, возникли сложнейшие информационные базы, анонимность в Интернете практически утрачена. Легкость распространения любой информации, возможность адресно работать с каждой социальной и культурной группой, склонность людей к потреблению и развлечению – все это и многое другое позволяет говорить о том, что Интернет упрощает управление массами. События последних лет показывают, что роль Интернета в социальных преобразованиях ничтожна.

Одна из самых больших проблем новой среды – неизбежное раздробление общества. Во-первых, в новой среде будет возникать все больше групп, практически никак друг с другом не связанных, то есть будет идти процесс субкультуризации общества при сокращении общего знания. Во-вторых, еще больше усилится разница между меньшинством (до 15%) активных потребителей информации, склонным к сопоставлению различных точек зрения, и пассивным большинством, предпочитающим программированное внешне медийное потребление.

Таким образом, мы будем наблюдать два процесса параллельно: раздробление и одновременно поиск некоей общей идентичности, некоего единства. Последнее обстоятельство позволит и дальше существовать и играть существенную роль общенациональным СМИ.

Основным занятием пользователей новой медийной среды будет потребление и поиск развлечений, причем самых разных. Неизбежна некоторая деградация традиционного интеллектуализма: возрастание фрагментарности, увеличение доли аудио- и видеоинформации, легкость поиска знаний при частичном снижении их точности и достоверности приведут к росту значения устной речи или письменности, имитирующей устную речь.

Произойдет (и уже происходит) кризис креативной киберэлиты – социалистического, пацифистского или анархического толка борцов с централизованным бюрократическим государством. Неизбежны частичное разочарование в Интернете многих молодежных субкультур, их отказ от виртуальности и демонстративное возвращение в реальный мир.

Еще одна существенная проблема Интернета – развитие самоуправления. Активно обсуждается возможность формирования чего-то вроде интернет-гражданства, при котором за счет пользователей Интернета формировались бы своего рода общественные фонды для финансирования общественно необходимых сайтов – информационных, экстренного оповещения и т.д.

Возможно и развитие наднационального самоуправления, равно как развитие системы мультязычной коммуникации. Пока нет намеков на развитие общего для всего мира языка, однако есть основания предполагать, что машинный перевод сильно упростит общение.

2. Контент

Ключевой особенностью создания современного контента следует считать конвергенцию СМИ, то есть стирание граней между газетой, телевидением и радио и даже теми, кого называют блогерами и индивидуальными массмедиа, – все они производят контент всех типов (тексты, аудио, видео), действуют по всем каналам связи и используют все возможные средства доставки. Сказанное не означает, что СМИ окончательно потеряют свой профиль. Это есть проявление мультимедийной природы современной коммуникации.

Соотношение между профессиональными производителями контента всех видов и любителями изменится. Но в большинстве видов контента доминирование останется за профессионалами. Телевидение останется самым массовым СМИ.

Очевидно, что роль агрегаторов контента возрастает. Стоит вообще задуматься о роли государственных и общественных СМИ. Возможно, что им самой судьбой предназначено стать генеральными агрегаторами для всех видов потребителей.

В настоящее время мы становимся свидетелями проблемы достоверности контента и способов его проверки, ответственности тех, кто распространяет или ложный, или ошибочный контент, вне зависимости от причин этих действий.

Роль просьюмера (блогера, индивидуального массмедиа и т.д.) будет возрастать, но сводиться преимущественно к комментированию происходящего или медиасобытий.

Вместе с тем в условиях дефицита информации, замалчивания каких-либо фактов, в случае грубого манипулирования общественным мнением роль блогеров и индивидуальных массмедиа может радикально измениться.

Возможно формирование общественных медиа в Интернете, существование которых будет поддерживаться за счет взносов пользователей, примерно так, как существует общественное телевидение и радио в Европе. Этот контент будет доступен всем, а может быть, и обязателен, например, в виде баннера на каждом сайте.

Новые горизонтальные технологии обмена информацией будут и дальше превращать социальные сети в информационную инфраструктуру.

Изменится характер потребления контента. Он будет более индивидуален, мобилен, фрагментарен, интерактивен, эшелонирован ввиду возможностей гиперссылок, зрелищен (более визуализирован и озвучен, чем прежде и в более высоком качестве), мозаичен и случаен. Вместе с тем сокращение роли текста не приведет к его исчезновению, изменятся пропорции. Будет относительно снижаться потребление каналов, газет, радиостанций в пользу роста потребления программ, статей, передач. Разрыв между качественным интеллектуальным контентом и массовым только возрастет.

Вместе с тем возрастет роль того, что принято называть «нишевыми» каналами. Это только подчеркнет возрастание фрагментарности потребления. Есть и обратная точка зрения: Интернет постепенно вернет нас во времена Афин, и массовый пользователь получит возможность потреблять одно и то же с интеллектуальной элитой.

Идет спор о том, вырастет или сократится конкуренция между создателями контента. Аргументы сторон пока не позволяют сделать однозначный вывод, хотя общие соображения говорят в пользу возрастания конкуренции среди производителей контента.

Нерешенной остается проблема финансирования производства качественного контента: в условиях конкуренции между программой типа «Сам себе режиссер» и фильмом, художественная ценность которого не вызывает сомнений, сохраняется риск утери части качественного контента.

3. Технологии

Приоритеты в развитии средств приема контента – их мобильность, многофункциональность и индивидуализация. По мнению большинства специалистов, эта тенденция сохранится в ближайшие годы. Подобное устройство должно настраиваться на вкус потребителя, работать там, где он находится, быть способным принимать по всем каналам передачи данных информацию и обрабатывать ее вне зависимости от ее формата.

Существующие способы доставки контента не исчезнут, но пропорции между ними изменятся. Будет работать и традиционное радио, будут выходить бумажные копии газет, а большинство аудитории предпочтет смотреть телевизор и даже не задаваться вопросом, как картинка туда попала.

Технологии и дальше будут во все большей степени позволять потребителям создавать горизонтальные системы производства, потребления и обмена информацией – P2P, OTT, разного типа социальные сети.

Весь диапазон электромагнитных колебаний рано или поздно будет использован для нужд связи. Поэтому отказываться от существующих диапазонов электромагнитных волн нецелесообразно. Попросту сохранится все – и коротковолновое радио, и бумажные носители, и многое другое. Человечество не откажется ни от чего.

Возможно создание индивидуального информационного или – шире – контентного профиля потребителя. С помощью персонального гаджета (смартфона, например) в условиях доступа к широкополосному доступу (ШПД), скоростному Интернету потребитель сможет в любой точке мира и в любой ситуации получить те программы и каналы, которые он привык смотреть, или слушать, или читать. Ожидания специалистов таковы, что приемник потребителя сможет в машине, дома, на отдыхе беспроводным способом подключиться к той или иной воспроизводящей системе – аудио в машине, телевизору или монитору дома или на работе.

Будет развиваться как спутниковое вещание, так и наземное, причем и в беспроводном виде, и в виде оптоволоконных или иных сетей. Скорее всего рост беспроводного потребления будет продолжаться.

4. Право

Существующее в России авторское право несовременно и не в состоянии обслуживать новую среду. Автор должен быть защищен от копирайтеров и иметь более простые отношения со своей непосредственной аудиторией.

Система фискального и правового контроля новой среды требует принципиальных изменений. Таможенные сборы и налоговые платежи в новой среде не урегулированы, оборот интеллектуальной собственности внятно не описан. Правовое регулирование экономики в России не предусматривает регулирование новой информационно-коммуникационной среды.

По всей видимости, в ближайшее время произойдут изменения в правосознании пользователей Интернета, поскольку глубоко неясно, что делать:

- с недостоверным или ошибочным контентом;
- с необходимостью обеспечить свободу обмена информации между субъектами различного уровня;
- с частной жизнью;
- с использованием чужих сообщений для строительства своих суждений;
- с легкостью контроля и манипуляции в Интернете;
- с пониманием того, что такое пиратство;
- со свободой коммуникаций и ответственностью за высказывания;
- с новыми формами потребления информации, которые вообще не описаны толком в законе, – отложенным потреблением, ценой трафика (безлимитность, например);
- с общественными или вообще архивными, библиотечными и т.п. фондами.

Нет развитой системы международного права, хотя уже сегодня невозможно понять, кто и за что несет ответственность. Например, если редакция находится на Гонолулу, сервер – в Скандинавии, потребитель – в Индии, а освещаемое событие и корреспондент – в Канаде.

5. Бизнес

Предполагается, что совокупная доля медиасреды в экономике возрастет как за счет увеличения объема потребляемой информации, так и за счет увеличения в других отраслях бизнеса роли коммуникативности и информационной составляющей. Существенная часть бизнеса будет активно работать в новой среде и тем самым видоизменять и свой бизнес, и среду. Развитие Интернета создает новые виды бизнеса, которые возможны только в Интернете.

Характер маркетинга и рекламы в целом изменится.

Произойдет не смена экономических моделей медиа, а их пополнение путем возникновения новых моделей, при хотя бы частичном сохранении старых.

Суть новых моделей бизнеса – в интерактивности и вовлечении потребителя в деятельность того или иного ресурса.

Мы не исключаем возникновения общественной системы оплаты пользования информационно-коммуникационной средой (информационный налог, иные общественные фонды, license fee, как ныне оплачивается общественное ТВ в Европе).

Отдельная задача, решение которой пока не вполне очевидно, – измерение аудитории. Здесь необходимо выработать новые стандарты измерения.

II. Практические шаги

Имеется в виду предложить создать мировому сообществу надгосударственную структуру вроде Международного суда по правам человека, способную разбираться в проблемах международного обмена информацией. Это также будет и своего рода международный арбитражный суд чести пользователя Интернета.

Также необходим международный закон (кодекс) о неприкосновенности личности.

Предполагается разработать в дополнение к российским законам международный свод правил о свободном доступе к информации и свободе обмена ею и инициировать серию международных конференций, в том числе на уровне ООН и ЮНЕСКО, с целью создания международных правовых документов, регулирующих деятельность Интернета. Базой может стать международный кодекс использования Интернета.

Необходима как минимум юридическая дискуссия о разграничении частноправового и публично-правового в

новой среде. В идеале это должна быть кодифицированная норма.

1. Правовое регулирование национального информационного пространства

Необходимо самым радикальным образом пересмотреть отношения в триаде автор – посредник – пользователь (приоритеты – свободное получение информации и интересы автора); минимизировать роль посредников, которые и эксплуатируют авторов, и мешают свободному доступу к информации; отделить функциональную роль посредника от эксплуатации не им созданных прав.

Возможно, стоит обязать все СМИ, получающие государственное финансирование, участвовать в создании бесплатных информационных ресурсов для всех типов потребителей.

Анонимность должна быть исключена почти полностью – кроме ряда случаев, например, публикации в СМИ под псевдонимом.

Следует четко ограничить вмешательство органов власти в регулирование Интернета и определить перечень случаев, когда такое вмешательство допустимо. Целесообразно было бы создать надгосударственную структуру вроде Международного суда по правам человека, способную разбираться в проблемах международного обмена информацией.

Необходимо принять международный закон (кодекс) о неприкосновенности личности, разработать в дополнение к российскому закону международный закон (свод правил) о свободном доступе к информации, инициировать серию международных конференций, в том числе на уровне ООН и ЮНЕСКО, с целью создания международных правовых документов, регулирующих деятельность Интернета.

Необходима как минимум юридическая дискуссия о разграничении частноправового и публично-правового в новой среде.

2. Необходимые изменения в ГК РФ

Пункт 1 ст. 1274 ГК РФ устанавливает свободное использование произведений в информационных, научных, учебных или культурных целях с рядом ограничений, которые являются неоправданными.

Считаем допустимым использование правомерно обнародованных произведений и отрывков из них в качестве иллюстраций в изданиях, радио- и телепередачах, звуко- и видеозаписях учебного характера. Использовать данные произведения в электронном виде, и в частности в Интернете, закон фактически запрещает. Полагаем, что подобные ограничения безосновательны.

Необходимо внести изменения в ст. 1298 ГК РФ «Произведения науки, литературы и искусства, созданные по государственному или муниципальному контракту» и в ст. 1295 ГК РФ «Служебное произведение». В случае, когда работодателем является государство, права на произведение должны принадлежать государству, а само произведение – распространяться свободно, если договором с автором не предусмотрено иное.

Статьи 1337 ГК РФ, 1338 ГК РФ и 1340 ГК РФ определяют, что тому, кто впервые опубликовал произведение, ставшее общественным достоянием, принадлежат все исключительные права на него сроком на 25 лет. Имущественные права на произведения, уже находящиеся в общественном достоянии, не должны переходить кому-либо на какой-либо срок.

Статья 1301 ГК РФ «Ответственность за нарушение исключительного права на произведение» определяет, что правообладатель для возмещения убытков может требовать выплаты компенсации в размере от 10 000 до 5 000 000 руб. Причем правообладатель вправе требовать от нарушителя выплаты компенсации за каждый случай неправомерного использования результата интеллектуальной деятельности. Фактически эта норма приводит к тому, что даже минимальные суммы компенсации оказываются огромными и ничем не оправданными (сборники стихов, песенники). В связи с этим полагаем целесообразным отменить нижнюю границу суммы компенсации, оставив только максимальную.

3. Управление и самоуправление в новой информационной среде

Созрела крайняя необходимость унификации – на уровне национальном и международном – взаимоотношений между административными регулирующими органами и институтами саморегулирования. Считаем целесообразным:

– выработать способ мониторинга активности в сети Интернет со стороны сообщества его пользователей,

признаваемый критически значимой частью пользователей Интернета;

– гарантировать правообладателям вознаграждение за использование их произведений; провайдеры и «информационные посредники» должны нести ответственность за контент, а гражданам следует обеспечить свободный доступ в Интернет. Другое мнение – ответственность за нелегальный контент должен нести тот, кто его размещает, а не провайдер;

– приватизация национального информационного пространства (в том числе с участием иностранных инвесторов), по нашему мнению, не приведет к разрушению национального суверенитета, а, напротив, поможет властной элите сохранить свое влияние;

– разработать специальные обучающие программы, которые были бы направлены на полноценное описание тех норм, которые помогут пользователям защищать себя в Сети;

– создать общественные комиссии вроде созданных уже дружин;

– провести максимальное число конференций организаций граждан, связанных с деятельностью в Интернете;

– выработать открытые «правила игры», связанные с деятельностью поисковых машин;

– создать механизмы сорегулирования государством и гражданскими организациями новой информационно-коммуникационной среды;

– выработать кодекс (статус) пользователя Интернета, ввести ежегодный платеж пользователя, сформировать понятие «гражданин Интернета».

Автор: Артур Скальский © Независимая газета ИНТЕРНЕТ И ИТ, МИР  3855 17.06.2011, 12:51  350

URL: <https://babr24.com/?ADE=94235> Bytes: 19770 / 19689 [Версия для печати](#) [Скачать PDF](#)

 [Порекомендовать текст](#)

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:

newsbabr@gmail.com

Автор текста: **Артур
Скальский.**

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24_link_bot](#)

Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь

Телеграм: [@bur24_link_bot](#)

эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова

Телеграм: [@irk24_link_bot](#)

эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская
Телеграм: @kras24_link_bot
эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская
Телеграм: @nsk24_link_bot
эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин
Телеграм: @tomsk24_link_bot
эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"
Телеграм: @babrobot_bot
эл.почта: equatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)