

# 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](mailto:newsbabr@gmail.com)

Автор текста: **Артур  
Скальский.**

#### НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24\\_link\\_bot](#)

Эл.почта: [newsbabr@gmail.com](mailto:newsbabr@gmail.com)

#### ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: [bratska.net.net@gmail.com](mailto:bratska.net.net@gmail.com)

#### КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь

Телеграм: [@bur24\\_link\\_bot](#)

эл.почта: [bur.babr@gmail.com](mailto:bur.babr@gmail.com)

Иркутск: Анастасия Суворова

Телеграм: [@irk24\\_link\\_bot](#)

эл.почта: [irkbabr24@gmail.com](mailto: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](#)