

## **Секция «Философия. Культурология. Религиоведение»**

**Эпоха перепостмодернизма: от информации к коммуникации**

***Зубкова Нина Борисовна***

*Студент*

*Уральский федеральный университет имени первого Президента России*

*Б.Н.Ельцина, Философский факультет, Екатеринбург, Россия*

*E-mail: nina28zu@mail.ru*

В наши дни вряд ли возможно представить себе общество без Интернета. Интернет стал привычной средой для современного человека, который узнает новости онлайн, работает онлайн, онлайн смотрит кино и общается с друзьями.

Интернет работает с особым типом информационных сообщений – с электронными сообщениями. Не обладая потребностью в материальном носителе, эти сообщения формируют особое информационное пространство, где законы функционирования информации зависят от свойств электронных медиа, а объем актуальной информации многократно превышает возможности человека по ее освоению.

Сообщение, состоящее из байтов или пикселей, превращается в «нейтральный материал для бесконечных операций *copy-paste*» (Орлов, 2009). Принцип «*copy-paste*» (копировать-вставить) предполагает процесс, не требующий непосредственной вовлеченности человека. Благодаря возможностям электронных медиа человек может участвовать в распространении информации, не «присваивая» ее, а лишь выполняя простые технические действия.

Принцип «*copy-paste*» позволяет «поглощать» информацию с большой скоростью и в больших объемах, при этом не сосредотачиваясь на ней. Н. Карр рассказывает об исследовании 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» (Карр, 2008).

Принцип «*copy-paste*» позволяет изменить способ работы с информацией, сместив акцент с «обработки» информации на ее «присвоение».

С ростом популярности социальных сетей проявляется важнейшая характеристика электронного сообщения – любое сообщение обладает не только доступностью и способностью быть «присвоенным» каждым пользователем, но и может быть этим пользователем распространено. То, что было недоступным 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, которым он ее получил, то сейчас это достигается простым нажатием кнопки «перепост». Интернет-пользователь не только получает информацию с той же скоростью, с которой Сеть распространяет ее. С той же скоростью он передает ее дальше.

Социальные сети показывают изменение доминантной функции сообщения. Оставаясь в пространстве сети Интернет, сообщение становится прежде всего тем, что должно быть увидено (экспонировано).

Еще в начале XX века Вальтер Беньямин говорил об изменениях функций произведения искусства, произошедших из-за возможности их технического воспроизведе-

дения. «Репродуцированное произведение искусства во все большей мере становится репродукцией произведения, рассчитанного на репродуцируемость» (Беньямин, 1996). Электронное сообщение, распространяемое в сети Интернет, демонстрирует идеальную ситуацию, в которой экспозиционные возможности сообщения не ограничиваются никакими материальными носителями, и потому не сдерживают «качественное изменение» его природы. Социальные сети – наиболее яркий пример среды, в которой сообщение создается как рассчитанное на повторяемость, на то, чтобы стать объектом копирования.

Инструменты социальных сетей предоставляют такую возможность. Существующие в любой социальной сети кнопки «перепостить» («рассказать друзьям», «поделиться» и т.п.) – функции, обеспечивающие информационную наполняемость социальных сетей. Количество «оригинальной» информации крайне не велико по сравнению с многочисленными «перепостами», у большинства из которых оригинал будто бы отсутствует в принципе – сообщение становится ничьим и всеобщим, оно возникает и «путешествует» в социальной сети как будто само по себе. Проблема оригинала и копий становится неуместна – создание нового сообщения оказывается далеко не столь важным, как распространение уже существующего. Д. Иванов говорит о том, что в сети Интернет не создается никакой информации, «зато многократно увеличиваются возможности осуществления коммуникации» (Иванов, 2004, с. 361).

Здесь уместно вспомнить формулу М. Маклюэна «средство коммуникации есть сообщение» (Маклюэн, 2003, с. 9). Специфика функционирования социальных сетей показывает, что средство (коммуникации) становится даже более важным, нежели содержание сообщения. «Перепост» есть, в первую очередь, свидетельство существования человека в общей информационной среде. Перефразируя Декарта – «перепостил, следовательно, существуешь».

Принципиальное отличие современного общества не в том, что за счет электронных средств создается больше информации, а в том, что «сейчас неизмеримо больше коммуникаций» (Иванов, 2004, с. 360). И «информационное» общество характеризуется, прежде всего, количеством тиражирования, а не создания информационных сообщений. Электронное сообщение в данном случае – не знание, а коммуникация. Более выгодное положение занимает «не тот, кто больше знает, а тот, кто участвует в большем числе коммуникаций» (Иванов, 2004, с. 360).

### **Литература**

1. Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. Избранные эссе. М., Медиум, 1996
2. Иванов Д. Общество как виртуальная реальность // Информационное общество: Сб. М.: ООО «Издательство АСТ», 2004.
3. Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева; Закл. ст. М. Вавилова. — М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003.
4. Карр Н. Делает ли Google нас глупее? / Перевод А.Лепешкина. <http://media-ecology.blogspot.com/2011/03/google.html>

5. Орлов Д. На цифровой игле <http://www.photographer.ru/cult/theory/4005.htm>