

## Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

### Информационный "шум" в коммуникативной среде сети Интернет

*Полудина Варвара Павловна*

*Аспирант*

*НИУ ВШЭ, Социологический факультет, Москва, Россия*

*E-mail: varvarrushka@gmail.com*

Впервые понятие экологии медиа-сред ввел Маршалл Маклюэн (McLuhan M. Understanding Media: The Extensions of Man, 1964). С развитием глобальных информационно-сетевых технологий это понятие обрело новое значение. Последняя книга Мануэля Кастельса как раз затрагивает эту тематику (Castells M. Communication Power, 2009).

Среда - условный термин из теории систем, характеризующий совокупность систем, внешних по отношению к рассматриваемой. Коммуникативная среда сети Интернет формируется из коммуникаций между пользователями, а также между пользователями и машинами, запущенными ими.

Информационный "шум" одна из основных (но, безусловно, не единственная) экологическая проблема коммуникативной среды сети Интернет. Под информационным "шумом" мы понимаем те сообщения, передаваемые в процессе коммуникации, которые мешают самому процессу коммуникации, то есть делают невозможным или более затруднительным осуществление целей коммуникации.

По данным прошлых исследований автора (в рамках магистерской диссертации), на втором месте среди ассоциаций с Интернетом у активных русскоязычных пользователей сети молодого и среднего возраста после "библиотеки" находится "помойка" "свалка". Приход массового пользователя в сеть, коммерциализация Интернета и другие факторы привели к большой "загрязненности" этой коммуникативной среды. Информационный "шум" зачастую связан с пиар-деятельностью внутри сети Интернет, но это не единственный его источник.

Мы не стремимся дать исчерпывающее описание этой проблемы, так как наше исследование (долженствующее вылиться в кандидатскую диссертацию о теоретических основаниях исследования экологии коммуникативных сред) находится пока что в самом начале. На данном этапе мы ограничимся классификацией возможных информационных "шумов" и опишем причины их возникновения, увеличивающие и уменьшающие "шум" факторы. Для этого используются методы включенного наблюдения и ненормированного глубинного интервью.

### Литература

1. Лейбов Р. Язык рисует Интернет <http://www.gagin.ru/internet/4/9.html>
2. Леонтович О. А. Проблемы виртуального общения <http://www.irex.ru/press/pub/polemika/>
3. Castells M. Communication Power, 2009
4. McLuhan M. The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man. — Toronto: Univ. of Toronto Press, 1962

5. McLuhan M. Understanding Media: The Extensions of Man. — N.Y.: McGraw Hill, 1964
6. Postman, N. The Humanism of Media Ecology. Paper presented at the First Annual Convention of the Media Ecology Association, 2000 <http://www.media-ecology.org/publications>

#### **Слова благодарности**

Хочу выразить огромную благодарность за помощь, поддержку и консультации в ходе научных исследований моему научному руководителю во время обучения в магистратуре, Шарикову Александру Вячеславовичу, к.п.н., профессору кафедры медиа-менеджмента и медиа-бизнеса НИУ ВШЭ, и моему нынешнему научному руководителю в аспирантуре, Покровскому Никите Евгеньевичу, д.с.н., заведующему и профессору кафедры общей социологии НИУ ВШЭ, а также Гофману Александру Бенционовичу, д.с.н., профессору кафедры общей социологии НИУ ВШЭ.