

УДК 316.75

**Бакланцева Антонина Анатольевна**

аспирантка кафедры социологии  
коммуникативных систем социологического  
факультета Московского государственного  
университета им. М.В. Ломоносова  
a.a.baklantseva@ya.ru

**Antonina A. Baklantseva**

graduate student at the Department of  
Sociology of Communicative Systems,  
sociological faculty,  
Lomonosov Moscow State University  
a.a.baklantseva@ya.ru

**Социальный контроль в русскоязычном интернет-пространстве  
в современных условиях медиатизации общества**

**Social control in the Russian-speaking Internet space  
in contemporary conditions of mediatization of society**

***Аннотация.** В данной статье рассматривается процесс трансформации отдельных сфер социальной жизни на фоне глобальной медиатизации общества. Особое внимание при этом уделяется вопросу организации социального контроля в интернет-пространстве в условиях данной медиареальности. Автором были проанализированы основные уровни социального контроля в Сети, выделены возможные причины недостаточной эффективности сетевого регулирования, а также предложены некоторые конкретные рекомендации по обеспечению медиабезопасности в российском сегменте интернета.*

***Ключевые слова:** медиатизация, социальный контроль, девиация, киберпреступность, медиа, социальные нормы и ценности, медиабезопасность.*

***Abstract.** This article focuses on the problem of transformation of certain spheres of social life in the conditions of global mediatization. Special attention is paid to the question of organization of social control in the Internet space in the conditions of this media reality. The author analyzes the basic levels of social control in the Network, identifies possible reasons of the lack of effectiveness of network regulation and offers some concrete recommendations to ensure the network security in the Russian segment of the Internet.*

***Keywords:** mediatization, social control, deviation, cybercrime, media, social norms and values, network security.*

В XXI веке стремительное развитие информационно-коммуникационных технологий, расширение онлайн-пространства, модернизация и персонализация

средств коммуникации стали главными предпосылками запуска процесса тотальной медиатизации социального пространства. Одним из примеров интерпретации данного феномена является утверждение В.П. Коломиец о том, что «медиатизация – это насыщение общественных отношений медиатехнологиями и медиаорганизациями» [5, с. 51]. Очевидно, что в данном случае речь идет не о простом наполнении социальной повседневности новыми средствами коммуникаций, а о гораздо более масштабном явлении, влияние которого обнаруживается в трансформациях, как на социальном, так и на индивидуальном уровне.

В современной науке существуют различные полемические точки зрения относительно определения термина «медиа», тем не менее, большинство специалистов данной области единогласны в том, что медиа – это, прежде всего, современная общественная среда обитания, меняющая не только образ жизни человека, но и образ его мысли [9, с.7-39].

Процесс медиатизации социального пространства на данном этапе принято связывать с приходом эпохи «новых медиа», а если точнее – «подключаемых медиа» (планшеты, электронные книги, ноутбуки и пр.), которые, сменив традиционные медиа (книги, радио, журналы, газеты, телевидение и т.д.), установили свои способы производства, трансляции и потребления контента. Такие медиа, выступая как средства массовой коммуникации (СМК) с опцией выхода в интернет, имеют такие дополнительные характеристики, как бесперебойность коммуникации, «мультиэкрановая опосредованность» онлайн-пространства, концентрация в Сети различных видов коммуникации: межличностного, вещательного и межгруппового.

Опираясь на вышеприведенные характеристики онлайн-медиа, мы предлагаем проследить влияние медиатизации на отдельные сферы социальной жизни и, в частности, на социальный контроль в интернет-пространстве как сферу особого научного интереса данной статьи. С приходом дигитальной эпохи, прежде всего, изменилось само медиапотребление, став повседневной социальной практикой, основными чертами которой выступили персонализированность и демонстративность. Выражаясь словами Т. Веблена, проявление последнего сегодня можно наблюдать в «...использовании потребительских благ в целях доказательства богатства» [4,с.108]. Еще одной важной трансформацией в медиапотреблении стало решение вопроса привязки ко времени и пространству, а также значительное расширение выбора как медиаканалов, так и контента (on demand – «по запросу»), что ясно отражено в тезисе 3«А» – anything, anywhere, anytime (что угодно, где угодно, когда угодно) [8,с. 83-109].

Следующим следствием насыщения медиасреды и расширения онлайн-пространства является тот факт, что сегодня мы становимся свидетелями стремительного перехода оффлайн-общества, со всеми присущими ему социальными институтами и процессами, в режим онлайн. Наиболее очевидной тенденцией в таких условиях становится упразднение посредничества (disintermediation) в киберпространстве, т.е. своего рода установление «коллективного самообслуживания» [1], а также увеличение объема пользовательского контента (UGC-user generated content), что создает серьезную конкуренцию професси-

ональным деятелям (журналистам, операторам, корреспондентам, музыкантам, фотографам и т.д.). Подтверждением сказанному также может служить нынешняя ситуация в онлайн-журналистике, разделившаяся на профессионалов (официальные онлайн-СМИ) и любителей (блогеры, авторы «ЖЖ», личных сайтов и пр.).

Медиа-опосредованность сегодня можно проследить и на уровне других социальных институтов. Современная политика («политеймент») становится все более инсценированной, эмоциональной, а политики и члены партий выступают в виде некоего торгового бренда. Религия, попадая в цифровой формат, приобретает как возможность оперативного информирования и консультирования большого количества людей, так и угрозу секуляризации – онлайн-часовни, онлайн-исповедь и пр. Образовательный процесс в медиасреде стал носить непрерывный, индивидуализированный и игровой («эдутеймент») характер. Здесь самоорганизующееся (диалоговое) знание (Википедия, «Часто задаваемые вопросы» – FAQ и пр.) также может создавать конкуренцию научным экспертам.

Существенным моментом на сегодняшний день является еще и то, что стремительный поток различной информации требует внимания и времени, которое, как правило, весьма ограничено. В связи с этим человек все чаще обращается к всевозможным автоматическим поисковикам, основанным на алгоритме ссылочного ранжирования «PageRank» и формирующих рекомендации (целевую рекламу) для каждого конкретного пользователя, исходя из его предыдущих предпочтений. Обратной стороной медали такой персонализации фильтрационных сервисов становится феномен «Я-петля», который Э. Паризер обозначил как новую форму изоляции человека, свобода выбора которого ограничивается бесконечным и циклическим хождением по страницам личной веб-истории [7].

В то же время, в условиях постоянной спешки самым экономным форматом потребления и восприятия информации становится образ, представляющий максимально насыщенный контент в компактном виде. Это в определенной степени отражается на мышлении современного человека, которое сегодня характеризуется дефицитом внимания и затруднительностью внимательного чтения объемной литературы, как среди молодежи, так и среди других возрастных групп, активно использующих цифровые медиа. В итоге, мы становимся очевидцами парадокса, когда технический прогресс в области информативно-коммуникативных технологий порождает ленность ума, а на смену носителям энциклопедического знания приходит «google-поиск».

Таким образом, на фоне вышеупомянутых качественных трансформаций, как социального, так индивидуального характера, интересным представляется остановиться на том, как осуществляется социальный контроль в современном интернет-пространстве. Изначально ставя перед собой вопрос, какими же средствами может осуществляться социальный контроль в Сети, закономерно будет обратиться к научному опыту Л. Лессига, исследовавшего проблему регулирования взаимоотношений в телекоммуникационных сетях. В классификацию

способов данного контроля автор включил следующие регуляторы: закон (формальный контроль через законы и нормативно-правовые акты); нормы (неформальные правила участников коммуникации); рынок (регуляция через платный доступ к отдельному контенту); «код» (применение средств технического контроля) [11].

В наше время можно сказать, что данная классификация стала фундаментом программы социального контроля в медиапространстве, реализуемого на трех уровнях: нормативно-правовом (формальном), техническом и неформальном. Так, основу первого уровня составляют конкретные государственные законы (Федеральный закон "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" и др.), а также официальные интернет-организации («Лига безопасного интернета», Фонд «Дружественный Рунет», РОЦИТ и др.), целью которых является обучение пользователей азам медиабезопасности и превенция киберпреступности. Технический контроль обусловлен применением специализированных компьютерных программ и фильтров, рассчитанных на блокировку нелегального или же просто сомнительного онлайн-контента как на отдельном компьютере («Белый интернет», «Родительский контроль», антивирусные средства, протоколы безопасности и др.), так и во всем Рунете (реестр «черных сайтов», система «PhotoDNA» и пр.). Кроме того, примерами технического контроля могут выступать пользовательские соглашения, отражающие нормы поведения в киберпространстве, подписание которых является обязательным для доступа к наиболее крупным социальным сетям («ВКонтакте», «Фейсбук» и пр.). Что же касается системы неформального контроля, то она, как правило, воплощена в правилах сетевой этики (Нэтикет), а также в действиях волонтерских сетевых сообществ, направленных на пропаганду традиционных ценностей, патрулирование киберпространства и раскрытие латентных и действующих девиантных и делинквентных онлайн-организаций и группировок.

Однако, несмотря на все действующие социальные регуляторы, сегодня вряд ли можно утверждать, что проблема медиабезопасности решена, поскольку стабильно высоким остается уровень распространения нелегального или просто опасного контента в Сети, нарушения режима конфиденциальности, кибермошенничества и кибератак и пр. Так, согласно результатам ежегодного исследования «Norton Cybercrime Report», только в России за 2013 год жертвами киберпреступности стали 17 млн. человек, а ущерб от сетевых преступлений достиг \$2 млрд. [6], причинами чего могут быть различные факторы. Во-первых, существующие законы, призванные контролировать медиапространство, не адаптированы к его специфическим свойствам, например, к его экстерриториальности – отсутствию четких территориальных границ, их постоянному расширению, изменению, а также к трансграничности действий интернет-пользователей. Более того, уязвимость отдельных государственных законов в условиях анонимности может в значительной степени способствовать возрастанию сетевых девиаций (например, педофилия и растление малолетних). Сегодня действующее законодательство РФ не предусматривает уголовную ответ-

ственность за потенциальную педофилию, что говорит о том, что онлайн-переписки и фотоматериалов недостаточно для возбуждения уголовного дела, поскольку главным доказательством преступления остается факт изнасилования ребенка [10]. Это же касается и вопроса защиты авторских прав в сети. Так, пиратство, являясь формой делинквентного поведения в западном интернет-пространстве, в Рунете считается абсолютной нормой, чему свидетельствуют файловые серверы с нелегальным контентом («торент», «рутрекер» и пр.), нынешняя популярность которых отводит РФ второе место в десятке стран, хранящих пиратские файлы на серверах [2].

Во-вторых, далеко не каждый родитель имеет достаточный уровень медикомпетентности для того, чтобы использовать систему «родительского контроля». В то же время, например, установка программы «Белый интернет» может существенно ограничивать доступ даже к большинству полезных сайтов, оставляя открытым лишь небольшой список сайтов (в зависимости от провайдеров), а социальные сети в данном случае, очевидно, вообще остаются вне поля регулирования.

В-третьих, все приведенные выше меры социального контроля (юридические законы, технические программы, официальные сетевые организации и пр.) в своих действиях могут руководствоваться лишь принципом «легально-нелегально», в то время как «за бортом» остается огромное количество потенциально опасной информации. Это особенно касается практически бесконтрольных просторов социальных сетей, которые выступают активным полем трансформации социальных норм и ценностей, что наиболее наглядно иллюстрируется примерами изменений правовых, религиозных, моральных и эстетических норм. Социальные сети, равно как интернет-СМИ и видеохостинги, помимо очевидных достоинств в условиях анонимности, невидимости и отсутствия жесткого контроля, могут также служить эффективным средством пропаганды такого девиантного поведения, как промискуитет, парафилия, насилие, жестокость и пр. (девиантные интернет-сообщества «Закон тюрьмы», «Семья-это могила» и т.д., реклама проституции на сайтах знакомств и пр.), деформируя тем самым общезначимые моральные нормы и ценности. Отдельного рассмотрения требуют религиозные нормы, которые, с одной стороны, попав в интернет-среду, получают возможность оперативного консультирования большой аудитории, а с другой – в определенной степени подвергаются угрозе секуляризации (онлайн-часовни, онлайн-исповедь, провокации религиозных конфликтов), что, в свою очередь, может вести к утрате религией ее основного принципа таинства и соборности. Говоря об эстетических нормах, стоит отметить, что в условиях гипертрофированной аудиовизуальности они претерпевают наиболее серьезные изменения, что, как уже упоминалось выше, объясняется перенасыщением онлайн-пространства любительским (пользовательским) контентом, упразднением профессионализма и поиском новых, порой даже шокирующих путей самореализации творческой элиты.

Таким образом, последствиями цифровой революции, помимо очевидного расширения рамок социального взаимодействия, модификации форм и средств

коммуникации, становится также качественное видоизменение социальных норм, что отражается на общем процессе соционормативного регулирования в киберпространстве. В сложившихся обстоятельствах острая необходимость видится не только в модернизации системы правового контроля в медиасреде, но и в укреплении традиционных ценностей в киберпространстве, а главное – в обращении к внутреннему контролю – самоконтролю и развитию критического мышления в Сети, что, безусловно, начинается с семейного воспитания.

### **Литература:**

1. *Адаптация медиа с Андреем Мирошниченко.* URL: <http://os.colta.ru/media/projects/19888/details/20588/?expand=yes#expand>
2. *Близнец И.А. Тенденции развития интернет-пиратства в России. Международный правовой курьер: сетевой журн.* URL: <http://inter-legal.ru/tendencii-razvitiya-internet-piratstva-v-rossii>
3. *Болыц Н. Алфавит Медиа.* М., 2011.
4. *Веблен Т. Теория праздного класса.* М., 1984. С. 108.
5. *Коломиец В.П. Медиатизация – социальный тренд. Философия коммуникативного пространства: расширяя галактику.* М., 2012. С. 51.
6. *Norton cybercrime report-2013.* URL: <http://now-static.norton.com/>
7. *Паризер Э. За стеной фильтров. Что интернет скрывает от вас?* М., 2012.
8. *Полуэхтова И.А. Медиасреда и медиабизнес в цифровую эпоху. Теория и практика медиарекламных исследований: сбор. ст. под ред. Коломиец В.П.* М., 2011. С. 83-109.
9. *Савчук В.В. Медиафилософия: формирование дисциплины. Медиафилософия: основные проблемы и понятия,* СПб., 2008. С.7-39.
10. *Уголовный кодекс РФ, Статья №134. Половое сношение и иные действия сексуального характера с лицом, не достигшим шестнадцатилетнего возраста.*
11. *Lessig L. Code: And Other Laws of Cyberspace, Version 2.0.* NY Basic Books, 2006.

### **References.**

1. *Media adaptation with Andrei Miroshnichenko.* URL: <http://os.colta.ru/media/projects/19888/details/20588/?expand=yes#expand>
2. *Bliznets I.A. Trends in the development of Internet piracy in Russia // International Legal Courier : Network Journal.* URL: <http://inter-legal.ru/tendencii-razvitiya-internet-piratstva-v-rossii>
3. *Bol'ts N. The ABC of Media.* М., 2011.
4. *Veblen T. Theory of the Leisure Class.* М., 1984. P. 108
5. *Kolomiets V.P. Mediatization – a social trend // Philosophy of communicative space: expanding the galaxy.* М., 2012. P. 5.1
6. *Norton cybercrime report-2013.* URL: <http://now-static.norton.com/>
7. *Pariser E. Behind the wall filters. What the Internet is hiding from you?* М., 2012.

8. *Poluekhtova I.A.* Media environment and media business in the digital age // Theory and practice of media advertising research : collection of articles / ed. Kolomiets V.P. M., 2011. P. 83-109.

9. *Savchuk V.V.* Media philosophy: formation of discipline // Media philosophy: key issues and concepts. SPb., 2008. P.7-39.

10. The Criminal Code, article №134 Sexual relations and other actions of a sexual nature with a person under sixteen years.

11. *Lessig L.* Code: And Other Laws of Cyberspace, Version 2.0. NY Basic Books, 2006.