DOI: 10.17117/na.2017.01.02.313

<http://ucom.ru/doc/na.2017.01.02.313.pdf>

Поступила (Received): 23.01.2017

Матюшкин М.А.**Всемирная информационная сеть Интернет:
особенности развития и аспекты влияния на общество****Matyushkin M.A.****World Information Internet: features of
development and the impact on society**

В статье рассмотрены аспекты проникновения интернета в повседневную жизнь людей, его влияние на культуру и коммуникации в современном обществе

Ключевые слова: интернет, сеть, культура, развлечения, виртуализация

The article discusses aspects of the penetration of the Internet in people's everyday lives, its impact on culture and communication in modern society

Key words: Internet, network, culture, entertainment, virtualization

Матюшкин Максим Александрович

Студент

Орловский государственный университет

Matyushkin Maksim Aleksandrovich

Student

Orel state university

Интернет – всемирная информационная сеть, связывающая между собой пользователей компьютерных сетей и пользователей индивидуальных компьютеров для обмена информацией. Впервые данная технология появилась 29 октября 1969 года в США и осуществляла связь между компьютером Калифорнийского университета и Стэндфордского исследовательского института, находящихся на расстоянии 640 км. С тех пор технология развивалась, и с 1990 года, когда произошло первое подключение по телефонной сети, начала набирать популярность среди широкой общественности [1]. В наши дни к интернету может подключиться почти каждый, независимо от того, живет он в мегаполисе, в глухой деревне или на космической станции.

Скорость проникновения интернета в жизнь россиян ошеломляет: по данным ФОМ, с 2004 по 2015 год интернет аудитория выросла на 64% [2].

Столь массовое явление, как и полагается, оказывает чрезвычайно сильное влияние на нашу повседневную жизнь, в особенности на сферу коммуникаций, образования и развлечений.

По данным Левада центра за 2014 год, люди выходят в интернет преимущественно для поиска новой информации (47%) общения (34%) просмотра новостей (26%) и развлечений (26%). Среди опрошенных только 35% вообще не пользуются интернетом [3]. За последние годы все больше сфер претерпевает изменения, благодаря информационным технологиям.

КАК МЕНЯЛОСЬ СООТНОШЕНИЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ИНТЕРНЕТА И ЛЮДЕЙ, КОТОРЫЕ НЕ ВЫХОДЯТ В СЕТЬ

Около 60% обладателей смартфонов используют мобильные мессенджеры, такие как Viber, WhatsApp, Skype [4], позволяющие забыть о тарифах сотовых операторов и безлимитно общаться с помощью интернет сети: отправлять сообщения текстовые и голосовые, совершать звонки, делиться фотографиями.

Процедура бронирования билетов так же претерпела изменения. Теперь незначительно стоят в очередях, чтобы приобрести билет в кино, театр, на поезд или самолет – достаточно пары кликов и место ваше. Однако, такой метод пока не слишком популярен в России – лишь 10-13% из числа опрошенных периодически пользуются онлайн сервисами для брони билетов [3].

В коммерческой сфере дела обстоят значительно лучше. По данным аналитической компании Nielsen 89% российских интернет пользователей хотя бы единожды совершали покупки в сети. При этом за последние полгода 64 % опрошенных совершили как минимум одну покупку в зарубежных онлайн-магазинах. Чаще всего покупают одежду, электронику средства гигиены и книги [5]. Такая популярность обусловлена привлекательными ценами, порой, гораздо более выгодными, чем в «оффлайн» магазинах, не говоря о большом выборе и простоте изучения товара. Так же регулярные акции, бонусы и скидки, онлайн консультации по телефону или в чате поддерживают желание покупать. Что бы полностью оцифровать любой шоппинг остается приучить россиян к электронным формам оплаты, поскольку целых 70% заказов оплачиваются наличными, при получении. В мире эти цифры значительно ниже: 8% – во Франции, 12% – в Германии, 16% – в Великобритании. Большинство наших граждан попросту боится за свои деньги, при онлайн-покупке, и не доверяет системе предоплаты [5].

Наибольшее влияние интернет произвел на сферу развлечений. Большую популярность среди любителей кино имеют многочисленные онлайн-кинотеатры, позволяющие смотреть любые новинки, сразу после их выхода в прокат, а порой и раньше, благодаря процветающему в России пиратству [10]. По данным Единой автоматизированной информационной системы (ЕАИС) с 1 по 10 января

2016 года кинотеатры посетили 11 млн человек, что на 30% ниже, чем за аналогичный период 2015 года. Противоположная ситуация наблюдается в онлайне. Так, за новогодние праздники специальный проект Афиши Mail.Ru, «Новогодний кинозал», где пользователи могли посмотреть лучшие фильмы от 11 онлайн-кинотеатров, посетило на 17% больше человек, чем за аналогичный период прошлого года [6]. Такие показатели обоснованно беспокоят традиционных кино-прокатчиков. Как показали опросы, людей отпугивает в традиционных кинотеатрах слишком высокая цена на билеты, а также неудовлетворительный репертуар, но главной причиной утечки зрителя является банальное отсутствие времени [7]. Онлайн-кинотеатры всех этих недостатков лишены по определению, потому что постоянный отток зрителей вполне предсказуем.

Существенную нишу на рынке развлечений в эпоху кибер-технологий занимают видеоигры. Порядка 87% российских интернет-пользователей ежемесячно играют в компьютерные игры. «Онлайн-игры весьма распространены среди российских игроков – ими пользовались 88% из них. Около 60% всех игроков в России пользуются социальными играми, а более половины – браузерными или клиентскими» – как сообщают представители Mail.ru Group [8]. Если простые видео игры явление уже привычное – первые аркадные симуляторы появились еще в 1971 году, то онлайн-игры явление сравнительно новое, о котором долгое время мало кто знал. Несмотря на то, что первая ММО игра появилась на рынке в 1997 году, популярность жанр получил лишь в 2004-2005 годах, с выходом нашумевшей WorldofWarcraft. На пике своего развития в WOW играло более 12 миллионов человек. Появившаяся в 2008 году Perfectworld, работающая по системе free-to-play, которая не требует приобретения ежемесячной подписки, взяла планку в 30 миллионов активных пользователей. На данный момент пальму первенства несут две игры: Leagueoflegends и Worldoftanks, в которые регулярно играют 32 и 50 миллионов игроков, соответственно. Успех ММО игр обусловлен именно тем, что они являются многопользовательскими, а значит, что помимо развлекательной функции выполняют и коммуникативную. Это уже не просто игры, это способ познакомиться с новыми людьми, узнать от них что-то новое о мире, подружиться и даже найти вторую половинку. Многих игроков привлекает не столько мирная жизнь и налаживание виртуальных отношений, сколько борьба и конкуренция, неизбежно возникающая в ограниченном игровом мире. Соревнование – искусственно придуманный способ борьбы за превосходство в чем-либо, связанный с достижением какой-либо цели. Благодаря игре человек получает возможность задействовать инстинкты самосохранения и выживания, которые, обычно, дремлют в современном добропорядочном гражданине. Борьба с виртуальными аватарами других игроков способствует выработке адреналина, повышению самооценки и служит своего рода средством сублимации нежелательных эмоций. Несмотря на свои позитивные функции, онлайн-игры могут таить в себе опасность, в виде игровой зависимости и крайней степени затворничества. В восточноазиатских странах для обозначения таких людей появился специальный термин – «хикикомори», что буквально означает «нахождение в уединении». В 2002 году в Японии насчитывалось от 650 до 850 тысяч хикикомори, подобные ситуации существуют и в США

и в Европе [9]. Попадающие в эту категорию люди, отказываются покидать родительский дом, не работают и не учатся и находятся на иждивении у семьи, от контактов с которой всячески стараются себя оградить. В некоторых случаях «хика» может не покидать своей комнаты (квартиры) годами. Впрочем, не игры делают человека затворником, а среда, в которой он живет и развивается. Именно окружение подталкивает наиболее неустойчивых личностей к полному погружению в виртуальный мир.

Как бы ни развивались технологии, человек по-прежнему остается социальным существом и делает все, чтобы оставаться на связи с близкими и устанавливать новые контакты. Никакие игры и смартфоны не могут испортить ребенка больше, чем это делают родители и ни один идеальный брак не распадется из-за цифрового хобби.

Список используемых источников:

1. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>
2. URL: <https://yandex.ru/company/researches/>
3. URL: <http://www.levada.ru/2014/11/20/internet-vozmozhnosti-ispolzovaniya>
4. URL: <https://habrahabr.ru/post/297984/>
5. URL: <http://www.nielsen.com/ru/ru/press-room/2014/online-shopping-in-russia-2014.html>
6. URL: <https://corp.mail.ru/ru/press/releases/9505>
7. URL: http://research.nevafilm.ru/portret_zritelya
8. URL: <https://corp.mail.ru/media/files/igrovoj-rynok-v-rossiimail.ru-group2012.pdf>
9. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>
10. Исаяева Е.Ю. Осмысление проблем социокультурной социализации и самоидентификации молодежи в условиях модернизации общества // Записки философского факультета Орловского государственного университета, Орел, №2 (3), 2015. С. 7.

© 2017, Матюшкин М.А.

*Всемирная информационная сеть Интернет:
особенности развития и аспекты влияния на
общество*

© 2017, Matyushkin M.A.

*World Information Internet: features of development
and the impact on society*