

УДК: 004.738.52

ИНФОРМАЦИОННЫЙ МУСОР КАК ФЕНОМЕН СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

© Юдалевич Н. В., 2016

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной работе рассмотрены проблемы, связанные с распространением информации в социальных сетях. Рассмотрено понятие информационного мусора, как феномена информационного общества, проведено исследование о количестве поглощаемой пользователями социальных сетей информации, сделаны выводы о необходимости сортировки и утилизации информационного мусора.

Современное общество характеризуется невероятно быстрым ростом уровня технологий, развитием новых способов хранения и обработки информации и увеличением потребности населения в её использовании.

Известно, что быстрое развитие технологий, а следовательно результатов их применения, порождает огромное количество материальных продуктов, которые очень быстро становятся неактуальными вследствие изобретения и выпуска более новых и эффективных версий одного и того же продукта, либо замены на другой, обладающий новыми качествами продукт.

Продвижение и удобство продажи, а также хранения того же продукта ведёт к производству невероятного количества упаковочного материала и рекламной продукции. Всё это очень быстро становится мусором, который человечество в силу разных причин не утилизирует, либо утилизирует с большими негативными последствиями для окружающей среды. И это становится всё большей проблемой, решением которой занимается всё большее количество людей и организаций в разных странах мира. Проблема очевидна, ибо напрямую влияет на человека, его среду обитания и его здоровье.

Но существует другой вид загрязнения — так называемый информационный мусор. Век цифровых технологий, компьютеров, планшетов, смартфонов и прочих гаджетов, способных хранить и обрабатывать информацию, породил новый вид мусора, который также, хоть пока и не на столько очевидно как мусор материальный, влияет на здоровье человека.

Прежде чем определить, что же относится к информационному мусору, следует рассмотреть, каким образом, через какие каналы и в каком количестве современный человек получает информацию. К источникам информации на сегодняшний день можно отнести СМИ (телевидение, радио, пресса), рекламу (наружную, на транспорте, в общественных местах пр.), сарафанное радио (друзья, соседи, сотрудники и пр.). Но самым мощным источником информации для современного человека на сегодняшний день является Интернет. На сегодняшний день вряд ли найдётся человек, не использующий этот канал получения информации. Прошли те времена, когда Интернет использовался исключительно продвинутой молодёжью, сейчас это средство одинаково доступно для всех категорий населения. Им пользуются пока ещё, безусловно, в разной степени но в целом информационное влияние очень сильно.

Интернет содержит огромное количество информации и, к великому сожалению, часть этой информации является информационным мусором.

Любой феномен, любое новшество, придя в мир, проходит определённые стадии развития, от зарождения и хаоса, к той или иной степени упорядоченности, порождая в ходе своего развития большое количество отходов и побочных продуктов. Особенно актуально это для современных информационных систем, таких как блоги, форумы, системы рассылок и особенно для социальных сетей.

Социальные сети пришли в наш мир в середине прошлого века, но период их бурного развития приходится на начало века нынешнего.

При рассмотрении показателей активности населения в социальных сетях можно рассматривать различные показатели. Так, например, по данным известного маркетолога Альберта Усманова Социальная сеть ВКонтакте «по-прежнему остаётся вне конкуренции по объёму аудитории в России» [1]. Согласно данному источнику, активную аудиторию ВКонтакте составляет 53.6 млн. активных пользователей, то есть тех, кто пишет сообщения в сети, делится мнения, оставляет комментарии. На втором месте находятся «Одноклассники» — 38.7 млн., на третьем Facebook — 23.7 млн. чел. Если смотреть на аудиторию ВКонтакте, то с другой стороны, по данным самого сайта, на нём зарегистрировано на сегодня более 350 миллионов пользователей.[2]. Данные говорят о том, что многие пользователи регистрируют по несколько аккаунтов, а кроме того, создают аккаунты для бизнеса, тематических страниц и пр.

По данным того же источника ежедневно на сайт социальной сети заходят более 81 млн. пользователей, которые ежедневно открывают более 2 600 000 000. страниц. То есть, в среднем, каждый день один пользователь заходит на 32 страницы, просматривая размещённую на них информацию и как-то реагируя на неё.

Если посмотреть на показатели активности российских пользователей за декабрь 2015 года, то видно, что опять же в этой статистике лидирует сеть ВКонтакте [3].

СООБЩЕНИЙ ЗА МЕСЯЦ, ТЫС.

Россия, декабрь 2015

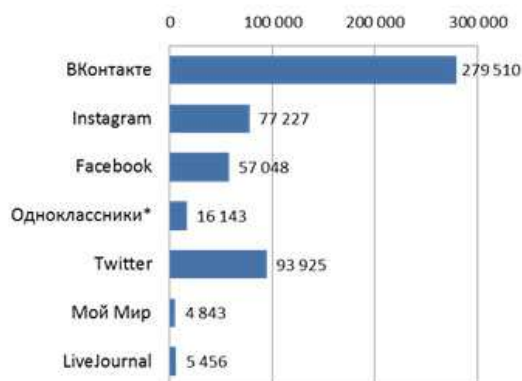


Рис 1. Статистика сообщений пользователей социальных сетей за декабрь 2015 года

Согласно гистограмме, пользователи ВКонтакте за месяц опубликовали 279 510 сообщений, то есть, примерно по 9 тысяч сообщений в день. То есть количества новой информации растёт с устрашающей скоростью. Если экстраполировать данные за декабрь на год, получится 3 с лишним миллиона новых записей за год.

В рамках исследования для круглого стола «Интернет-социум. Возможности и угрозы», были проведены подсчёты, касающиеся того, какое количество информации потребляют участники социальных сетей. Исследование было проведено на данных участников вебинара, состоящих из студентов 1–3 курсов (38 человек), а также на группе пользователей ВКонтакте старше 25 лет (50 человек). Данные показали следующее. Среднее количество страниц (без учёта групп), читаемых пользователями вебинара составляет 57,68 (для других 53,56), среднее количество публикация пользователей участников вебинара равно 522,61, для других — 1357,44. На основании первой группы данных можно предположить, что пользователи любого возраста в ВКонтакте подписаны на более, чем полсотни страниц каждый. Вторая же группа данных говорит о том, что более взрослые пользователи публикуют на своих стенах значительно больше статей.

ВЕБИНАР	min	max	среднее
Друзья	35,00	1511,00	258,79
Страницы	1,00	181,00	57,68
Записи	0,00	4439,00	522,61

ДРУГИЕ	min	max	среднее
Друзья	30,00	6098,00	515,54

Страницы	2,00	495,00	53,56
Записи	8,00	13025,00	1357,84

Рис 2. Статистика страниц, публикаций и друзей пользователей ВКонтакте

Если посчитать на основании исследуемых данных, количество статей, просматриваемых пользователями, и предположить, что каждая страница (как источник информации) публикует в сутки в среднем три статьи, а каждый пользователь в среднем по две, то можно увидеть следующее. Количество статей, просматриваемых в сутки участниками вебинара, колеблется от 78 до 3 514 и в среднем составляет 690 статей. Для других пользователей эти цифры колеблются от 25 до 26 338 статей, просматриваемых за сутки, что в среднем составляет 2 876 статей.

Если ослабить требования и предположить, что друзья публикуют в среднем по 1 статье в сутки, то цифры сократятся до 44–2 003 (в среднем 432) и до 17–13 313 (в среднем 1 518 статей).

Очевидно что, во-первых, работающий человек (или тот, кто учится) не в состоянии не только осмыслить, но и даже прочитать такое количество текстов, даже если они небольшие и даже если часть из них — это графика, лишённая текста. В любом случае, просматривая статью, человек в той или иной степени концентрирует на ней свое внимание, каким-то образом обрабатывая.

С другой стороны, по результатам исследования, проведённого совместно со студентами Сибирско-американского факультета менеджмента БМБШ ИГУ, получилось, что 50–70 % среди 100 записей, взятых подряд со стен случайных пользователей ВКонтакте, составляют репосты других страниц, то есть данные повторяющиеся и, зачастую засоряющие информационное пространство.

Если рассматривать тематику страниц, то можно выделить следующие основные направления:

- познавательные страницы (наука, общество, культура, природа и пр.)
- рекламные (страницы, продвигающие товары и услуги)
- личные страницы (продвигающие деятельность их владельцев)
- официальные страницы организаций (распространяющие некоммерческую информацию о своей деятельности)
- официальные и неофициальные новостные страницы

Что же из этой информации на самом деле обогащает пользователя, а что нет, сказать сложно. Это большой философский вопрос, ответ на который, вероятно, ещё не найдет.

В любом случае очевидно, что у пользователя, ежедневно поглощающего информацию в таких количествах, как показано выше, возникают разного рода проблемы как физического, так и психологического плана.

Что делать? Каков выход из существующей на сегодняшний день ситуации?

Социальные сети, как любое явление, должны пройти определённые стадии развития. В ходе прохождения этих стадий социальные сети будут меняться и преобразовываться. Можно сказать, что сейчас они находятся в стадии неконтролируемого производства информационного мусора. И люди сами должны научиться сортировать этот мусор, как сортируют мусор материальный, выбрасывать ненужное, структурировать нужное. Большим плюсом в утилизации информационного мусора является то, что нет необходимости в его переработке. Но, с другой стороны, последствия долговременного его воздействия на мозг человека могут привести к весьма негативным последствиям. Так что чем раньше человечество задумается о проблеме информационного мусора, тем реальнее возможность минимизация последствий его воздействия. ■

1. Добрынина Н. Аудитория социальных сетей Рунета: где кто запутался? URL:<http://www.cossa.ru/155/108642/> (Дата обращения: 2.03.2016)

2. Статистика ВКонтакте https://vk.com/about?w=page-47200925_44240810 (Дата обращения: 2.03.2016)

3. Социальные сети в России, зима 2015-2016 Цифры, тренды, прогнозы <http://br-analytics.ru/blog/socialnye-seti-v-rossii-zima-2015-2016-cifry-trendy-prognozy/> (Дата обращения: 22.03.2016)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Добрынина Н. Аудитория социальных сетей Рунета: где кто запутался? URL:<http://www.cossa.ru/155/108642/> (Дата обращения: 2.03.2016)

Социальные сети в России, зима 2015-2016 Цифры, тренды, прогнозы <http://br-analytics.ru/blog/socialnye-seti-v-rossii-zima-2015-2016-cifry-trendy-prognozy/> (Дата обращения: 22.03.2016)

Статистика ВКонтакте https://vk.com/about?w=page-47200925_44240810 (Дата обращения: 2.03.2016)

Information garbage as phenomenon of modern society

© Iudalevich N., 2016

The paper describes the problems connected with distribution of information on social networks are considered. The concept of information garbage is considered as phenomenon of information society, it is carried out research the number of information consumed by users of social networks, conclusions are drawn on need of sorting and utilization of information garbage.

Keywords: information garbage, social network, VKontakte, utilization of garbage.