

Буряк В.В., Кравченко И.В.

УДК 316.3

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ОБЪЕКТ СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКОГО АНАЛИЗА

Одним из приоритетных направлений демократизации на глобальной шкале является проект создания глобального гражданского общества. Для реализации этих планов необходима интеграция теоретических, организационных, идеологических, экономических, культурных, политических и технологических ресурсов. Одним из важнейших инструментов построения гражданского общества на локальном, региональном и глобальном уровнях становятся социальные сети. Их функции разнообразны: повседневная коммуникация, создание профессиональных «сетевых клубов», «клубов по интересам», достижение повышенной информированности по специальным темам, психологическая самореализация. Они также способствуют оптимизации взаимоотношений индивидуумов и общественных объединений с функционирующими легитимными (государственными) институтами и чиновниками посредством создания прозрачных механизмов контроля государственной власти. *Актуальность работы* заключена в изучении феномена социальных сетей в контексте глобализирующегося мира. По сложившейся традиции, посредством выделения и описания объекта исследования, то есть социальных сетей, эксплицируется содержание темы и показывается её инновационный характер. Социальные сети выступают как значимый фактор дальнейшей демократизации современного общества. *Основная проблема* настоящего исследования связана с определением технологического и социетального потенциала развития социальных сетей, рисков его дальнейшего расширения, выявлении перспектив. Для её успешного разрешения в статье поставлены следующие *задачи*: выделить и показать социально-политическую значимость социальных сетей, гендерные особенности, статусные, аксиологические и другие характеристики пользователей. *Цель* работы заключена в определении места социальных сетей в поле коммуникативных стратегий учащейся молодёжи.

Новые инструменты гражданского управления социально-политическими процессами с использованием межгосударственных связей и надгосударственных институтов могут быть эффективными, отражающими интересы свободных автономных индивидуумов. Успешность реализации гражданских инициатив в современном мире зависит от учёта трёх наиболее значимых объективных факторов: глобальных многоуровневых трансформаций («глобализации»), развитой технологической инфраструктуры для успешной гражданской коммуникации и экспоненциального расширения национальных и транснациональных социальных сетей. Благодаря последним глобальные потоки труда и капитала, разветвлённая планетарная инфо-медийная сфера и гражданские инициативы, направленные на формирование демократической среды, обеспечиваются предпосылками для формирования локального и глобального гражданского общества. Взаимодополняемость этих факторов создаёт позитивную динамику эволюции среднего класса через общественный контроль над властными структурами и гарантируют устойчивость социально-экономической платформы демократического общества.

С исторической точки зрения социальные сети – явление такое же древнее, как и человеческое общество. В общей сложности, информационно и коммуникативно они структурируют каждый социум. Поэтому социальные сети нового поколения, существующие на основе информационных технологий, сохраняют некую базисную потребность в продуктивной коммуникации. Однако наличие высоких информационных технологий создаёт множество дополнительных возможностей для тех индивидуумов, которые входят в сетевые сообщества. Глобализированные социальные сети (Фэйсбук, Майспейс, ВКонтакте и другие) возникли сравнительно недавно, за последние пять лет. Их экспоненциальный рост (сотни миллионов пользователей) позволяет говорить о массовом характере «социализации» пользователей Интернет и интернетизированной мобильной связи. Необходимо отметить, что ещё до появления интернетизированных социальных сетей осуществлялась парадигма сетевого общества. Хотя концептуально и технологически оно формировалось как преимущественно экономический проект.

Степень изученности предмета исследования. Социальные сети являются продуктом развития информационных технологий, продвижения идеологии неолиберализма и тенденции к дальнейшей демократизации современных государств на планетарной шкале. Первичным условием расширения социальных сетей явилась концепция Мануэля Кастельса и других теоретиков информационного общества. Для эффективного изучения феномена социальных сетей необходимо представить краткий анализ сетевого общества.

Сетевое общество в цифровую эпоху.

Понятие «сетевое общество» (*Network Society*) широко применяется для описания характерных явлений, происходящих в век информационной революции. Сетевая организация оказывает влияние на экономические, политические, социальные и культурные трансформации в современном мире. Впервые выражение «сетевое общество» появилось в названии одной из работ голландского исследователя Яна ван Дайка. Опубликованная в 1991 году книга «*De Netwerkmatschappij*» (буквально – «Сетевое общество») была переведена на английский и другие языки. Кроме других теоретических инноваций ван Дайк охарактеризовал факт «удвоения» социального пространства, выделив специфику медиапространства и некоторые особенности персональной «материальной» коммуникации (Dijk, J. A. G. M. van. *The Network Society*, 1999) [1]. Позднее он констатировал продолжающееся углубление цифрового неравенства (Dijk, J. A. G. M. van. *The Deepening Divide: Inequality in the Information Society*, 2005) [2].

Наиболее же известными и влиятельными работами по теме сетевого общества оказались публикации испанского экономиста и социального теоретика Мануэля Кастельса. Только на английском языке книга

«Восхождение сетевого общества» («The Rise of the Network Society») [3]. в разных редакционных версиях с 1996 по 2010 гг. переиздавалась более десяти раз. Нужно отметить, что, несмотря на отражение многомерности сетевого общества, автор постоянно акцентирует внимание на экономических приложениях сетевой коммуникации. Как ведущий экономист и социальный теоретик информационного общества Кастельс последовательно изучает систему сложнейших взаимодействий информационных технологий, экономической деятельности, культурной и социальной жизни современного постиндустриального мира. В сферу интересов испанского теоретика входят такие темы как перспективы новой информационной экономики, новые социальные движения, виртуальные сообщества и киберкультура. Он также постоянно поднимает проблему «цифрового неравенства» (*digital divide*) в глобализирующемся мире (Castells, M. *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society*, 2003) [4]. По мнению автора, сетевая коммуникативная структура отражает способ мышления и способ жизни индивидуумов, находящихся в условиях развитого информационного общества. Интернет становится такой сферой, где всё чаще успешно работают экономические, культурные и политические формы деятельности. Кастельс также полагает, что политика, проводимая в сети Интернет, должна защищать принципы приватности и индивидуальной свободы пользователей.

Постоянно расширяя и охватывая всё новые и новые сегменты (от экономики, политики, науки до высшего образования), сетевое общество самым непосредственным образом формирует многоуровневую глобализацию – в том числе, и через эффективную работу социальных сетей.

Феномен социальных сетей и их влияние на общественно-политические процессы в глобализирующемся мире.

Ключевая особенность глобального гражданского общества заключается в растущей популярности социальных сетей, функционирующих в информационном пространстве. Разноплановое коллективное исследование «Формирование сетевого общества: новая роль гражданского общества в киберпространстве» (2004) явилось, пожалуй, первой значительной попыткой описать и понять природу сетевых тактик и их влияние на формирование гражданского общества в глобализирующемся мире. Авторы книги на основе документальных сведений анализируют феномен появления в киберпространстве социальных сетей (*civil society in cyberspace*). Экспертные исследования в основном сосредоточены на теме новых форм демократии и их обеспечения сетевыми технологиями в информационную эпоху (Schuler, D. (Ed.), Day, P. (Ed.). *Shaping the Network Society: The New Role of Civil Society in Cyberspace*, 2004) [5].

Сегодня социальные сети – это глобальные медиа-инструменты для осуществления маркетинговых и социальных практик в планетарном масштабе. Беспрецедентный экспоненциальный рост сетей в количественном и территориальном измерениях позволяет считать их стратегическим информационным и операциональным ресурсом для расширения и консолидации глобального гражданского общества. Первоначально социальные медиа трансформировали способы коммуникации, затем они стали радикально изменять способы ведения бизнеса. В общей сложности, именно с коммерцией и агрессивными «точечным» маркетингом связана отработка наиболее эффективных сетевых стратегий. Само выражение «Твиттерная революция» (как, впрочем, и «*blogging revolution*», «*Facebook Revolution*») появилось в качестве констатации новейшей коммуникативной революции. Скорость, адресность, вездесущность и оперативность получения/переадресации значимой информации привлекло особое внимание и вызвало одобрение тех, кто большую часть своего времени проводит в Интернете и постоянно пользуется мобильным телефоном (подключённым к Интернету). Манифестом микроблоговой революции стала книга Деборы Мичек и Уоррена Уитлока «Твиттерная революция: Как социальные медиа и мобильный маркетинг меняют наш способ ведения бизнеса и онлайн-рынок» (2008) [6].

Рассмотрим хронологию становления и развития социальных сетей. Первые попытки построения сетевого сообщества стали предприниматься в конце 70-х годов, с появлением первых электронных досок объявлений (Bulletin Board System, BBS). Затем, благодаря стараниям различных IT-компаний, повсеместно распространились он-лайн сервисы, позволяющие большому количеству людей общаться в режиме real-time (например, CompuServe, AOL, Prodigy, предлагавшие услуги чата и он-лайн конференций). Параллельно с данными сервисами появились и системы мгновенных сообщений (ICQ, AIM), фокусирующие внимание пользователя на возможностях оперативного обмена разнообразной информацией по принципу vis-a-vis (в основном, в виде текстовых сообщений, ссылок и небольших файлов). На фоне возрастающего интереса к возможностям он-лайн коммуникаций начали функционировать различные сайты знакомств. Так, в 1995 г. осуществляется запуск американского портала Classmates.com, позволяющего пользователям создавать учетные записи на основе своих персональных данных и общаться друг с другом. Хотя данный портал и не обладал многими свойствами именно социальной сети (в частности, он характеризовался отсутствием списка друзей и групп по интересам, ограниченностью профиля и т.д.), дату его основания принято считать отправной точкой распространения сетевых клиентов. Первой же социальной сетью явился сайт Six Degrees, позволяющий создавать полноценный профиль пользователя и вступать в коммуникацию без каких-либо ограничений. Далее, в 2003-2004 гг. появляются такие сервисы как LinkedIn, MySpace, Facebook, сформировавшие и претворившие в жизнь концепт социальной сети как интерактивного многопользовательского веб-сайта с превалированием UGC (user generated content, то есть контента, созданного пользователем).

Информационное общество постоянно создаёт новые условия для стартовой деятельности граждан и организаций. Быстрота перемещения огромных массивов адресной информации и широкий диапазон её распределения (рассылки) позволяет в короткие сроки мобилизовать потребителя или социального

активиста для индивидуальных или коллективных действий. Социальные сети, интегрированные на основе Интернет, дополняются возможностями мобильной телефонной связи, благодаря чему группы граждан, ассоциированных по интересам в виртуальной информационной среде, реализуют свои коммуникативные потребности. Информационные, технологические и организационные ресурсы «Фейсбук», «Твиттер», «МайСпейс», «ВКонтакте» и других социальных сетей многовекторны и являются многоуровневыми инструментами воздействия на отдельных пользователей, группы граждан и сообщества. Начальный этап развития и очевидная эффективность социальных сетей проявились прежде всего в рекламной и организационно-маркетинговой сфере. В последние годы социальные сети также стали мощным социально-политическим ресурсом. Экономическое направление развития Интернета и социальных сетей всё более очевидно. Книга Клары Ших «Эра Фейсбук: успешное продвижение продуктов в онлайн-сетях» (2009) [7] позволяет понять специфику работы в интернетизированных социальных сетях и гарантирует «бонусы» для тех, кто поддержит материальными и социальными инвестициями этот малопредсказуемый эмерджентный сектор «экономики будущего». Однако социальные сети могут быть инструментом любых практик, направленных на достижение быстрого и эффективного результата через групповую («клубную») коммуникацию. Когда речь идёт не о продовольствии, одежде и мобильных телефонах, а о «политическом продукте» для внутреннего или внешнего пользования, то маркетинговые технологии, отработанные в социальных сетях, могут модернизироваться и использоваться для политической мобилизации индивидуумов.

Более чем полтора миллиона пользователей, ежеминутно работающих на *Facebook*, ничего не говорит социологу. Кто они: «зомбированные» пользователи или социально активные и ответственные граждане? Качество и релевантность информации – вопрос времени и социальной ответственности. Главным здесь кажется то обстоятельство, что резонансность и адекватность информации становится международной нормой, которую нельзя «обойти», «игнорировать», которой нельзя пренебречь. Бизнес и информация всё больше переплетаются с социальной и политической информацией «тканями». Итоговый продукт этих трансформаций пропускается через социальные сети – технологию вирусного распространения информации. Так возникает автономная самодостаточная онлайн-овая сегментированная инфосфера, которая превращается в глобальный симулякр «кластерной конфиденциальной эксклюзивной информации». Но возможна ли информационная автономия в эпоху глобальных трансформаций? На сегодняшний день это ключевой вопрос развития глобального гражданского общества.

Выводы. Феномен социальных сетей нуждается в междисциплинарном анализе, поскольку становятся очевидными антропологические, психологические, гендерные, коммуникативные, семиотические, социально-философские, политические и социологические аспекты их функционирования. Социологический анализ даёт необходимую эмпирическую базу для дальнейших исследований в этой области. Социально-философский анализ позволяет создавать теоретические обобщения и выходить на уровень прогнозирования наметившихся тенденций расширения социальных сетей.

Источники и литература:

1. Dijk J. A. G. M. van. *The Network Society* / Jan A. G. M. van Dijk. – Thousand Oaks, CA. : Sage Publications Ltd, 1999. – 272 p.
2. Dijk J. A. G. M. van. *The Deepening Divide : Inequality in the Information Society* / Jan A. G. M. van Dijk. – Thousand Oaks, CA. : Sage Publications Ltd, 2005. – 248 p.
3. Castells M. *The Rise of the Network Society* / M. Castells // *The Information Age: Economy, Society and Culture*. – Malden, MA. : Wiley-Blackwell, 2000. – Vol. 1. – 594 p.
4. Castells M. *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society* / M. Castells // *Clarendon Lectures in Management Studies*. – Oxford : Oxford University Press, 2003. – 304 p.
5. Schuler D. *Shaping the Network Society : The New Role of Civil Society in Cyberspace* / D. Schuler, P. Day. – The MIT Press, 2004. – 443 p.
6. Micek D. *Twitter Revolution : How Social Media and Mobile Marketing Is Changing the Way We Do Business & Market Online* / D. Micek, W. Whitlock. – Xeno Press, 2008. – 257 p.
7. Shih C. *The Facebook era : tapping online social networks to build better products, reach new audiences, and sell more stuff* / C. Shih. – New Jersey : Prentice Hall, 2009. – 236 p.