

Гаркуша Ю. О.,

асистент кафедри кримінології та кримінально-виконавчого права
Національного університету «Одеська юридична академія»

СОЦІАЛЬНО-ПРАВОВА ХАРАКТЕРИСТИКА СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

Анотація. У статті розглядається таке явище сучасного інформаційного суспільства, як соціальні мережі, виявляються їхні характерні риси. Досліджуються особливості спілкування в соціальних мережах, їх переваги та недоліки, виявляються правові проблеми, пов'язані із соціальними мережами. Акцентується увага, що саме впровадження соціальних мереж сприяло соціалізації Інтернету. Соціальні зв'язки в середовищі соціальних мереж настільки специфічні, настільки й суперечливі, сформовані реальністю й багато в чому конструюють цю саму реальність. Розкриваються особливості розвитку соціології соціальних мереж. Указуються необхідні умови розвитку цієї дисципліни (статусність, позитивний імідж і масовість аудиторії), розглядаються основні роботи й характеризуються основні напрями. Обґрунтовується, що з появою соціальних Інтернет-мереж у порядку денному соціології з'явилося кілька тем, обговорення яких є актуальними для її розвитку: аналіз соціальних мереж; великі дані; переосмислення методології збору та виробництва даних; змінилася природа об'єкта соціології тощо.

Ключові слова: Інтернет, соціальні мережі, соціальні зв'язки, соціологія, соціологічна теорія, громадянське суспільство.

Постановка проблеми. У соціологічних дослідженнях останніх років різко зростає увага до такого соціального феномена, як соціальні мережі, які стають об'єктом вивчення на різних рівнях і в різних концептуальних планах: соціологічному, кібернетичному, політологічному, кримінологічному, філософському, психологічному, лінгвістичному, культурологічному тощо. Такий дослідницький інтерес є закономірним і логічним. Глобальна трансформація сучасного суспільства супроводжується проникненням соціальних мереж у всі сфери життєдіяльності соціуму, виникненням і розвитком якісно нового типу комунікативних структур і процесів, що володіють ознаками мережі. За наявності досить невеликих ресурсів будь-який користувач може включитися в життя майже безмежної кількості віртуальних спільнот. Зростає й частка людей, включених в активні форми соціальної поведінки в соціальній мережі. Очевидно, що ці явища стимулюють переосмислення комунікативної природи соціальної реальності, сучасних змін у соціально-комунікативній сфері, місця й ролі комунікацій у розвитку суспільства. Тому така постановка проблеми має науково-теоретичну і практичну значимість, зумовлене вибір теми.

Теоретико-методологічною основою дослідження стали наукові праці зарубіжних і вітчизняних учених, філософів, психологів, соціологів, істориків, економістів, дослідників теорій комунікації, фахівців у галузі вивчення соціальних Інтернет-мереж, праці з комунікативістики, віртуалістики, що розкривають історію й еволюцію поглядів на становлення соціальних мереж. Правові аспекти діяльності соціальних мереж стали предметом дослідження у працях вітчизняних учених: І.В. Арістової, О.А. Баранова, К.І. Белякова, В.М. Брижка, В.В. Белевцевої, В.Д. Гавловського, Р.А. Калюжного, О.В. Кохановської, А.І. Марущака, В.Я. Настюка, В.Г. Пилипчука, Н.А. Савінової, О.Д. Святоцького, О.В. Сосніна, В.П. Тихого, М.Я. Швеця та ін. Разом із тим подаль-

шого науково-теоретичного обґрунтування потребують окремі соціально-правові аспекти діяльності в соціальних мережах.

Мета статті – дослідження теоретичних проблем соціально-правової сутності соціальних мереж, їх місця й ролі в системі соціальної діяльності людини, аналіз діяльності соціальних мереж у загальносоціальному та правовому розуміннях.

Виклад основного матеріалу дослідження. Перехід від індустріального до постіндустріального (інформаційного) суспільства природно сприяв грандіозному зростанню цінності інформації й розвитку відповідних технологій, спрямованих на вдосконалення процесів перерозподілу та руху інформації. У другій половині 90-х рр. минулого століття відбувається вибуховий розвиток мережі Інтернет і пов'язаних із нею комунікаційних технологій. У кінці ХХ століття в Інтернеті налічувалося вже понад 300 млн постійно підключених до нього серверів.

Соціальні мережі як специфічна форма реалізації соціальної комунікації в Інтернет-просторі з'явилися порівняно недавно. Однак дуже швидко вони пережили «соціальний вибух» і стали звичайним явищем. Зараз соціальних мереж у всесвітній павутині величезна кількість, вони постійно зростають, розвиваються, як якісно, так і кількісно.

Поняття «мережеве суспільство» стає все більш затребуваним у міру прискорення інформаційної революції. Це пов'язано з перманентною модернізацією економіки та ускладненням соціальної структури постіндустріального суспільства [1]. Створення й експоненціальне зростання мережі Інтернет, його інтеграція з радіомережами і телебаченням, економічні ефекти мережевої діяльності сприяли науковим і філософським дискусіям про значимість соціальних мереж для сучасного суспільства [2].

Багатьма людьми складний процес зміни комунікаційних стандартів сприймається як занурення суспільства в простір мозаїчної, хаотично орієнтованої культури, у зв'язку з чим загострюється питання ціннісних орієнтирів особистості в соціальній мережі. Можна припустити, що концептуально в основі ідеї про соціальні мережі лежить відома «теорія шести рукоштованих», згідно з якою двох випадково взятих людей відокремлює один від одного тільки шість рукоштованих або в середньому 5 знайомих. Так, у 1967 р. співробітник Гарвардського університету Стенлі Мілгрем провів знаменитий експеримент, який він назвав «Світ малий». Він роздав випадково обраним жителям містечка Омаха (штат Небраска) 300 конвертів, які потрібно було вручити якомусь жителю Бостона, передаючи конверти тільки через знайомих і родичів. 60 конвертів дійшли до адресата, причому в середньому кожен конверт пройшов через шість чоловік. Експеримент справив величезне враження на журналістів, а через них і на широкий загал. «Кожен із нас через п'ять чоловік знайомий із королевою англійською», – говорили серйозні люди [3]. Однак наукового підтвердження ця теорія не отримала, утім у наступні роки робилися неодноразові й небезуспішні спроби перевірити дію теорії, у тому числі за допомогою всесвітньої павутини [4]. Відповідно, багато наслідків використання нових сервісів залишаються невивченими до кінця, що ускладнює вироблення механізмів їх контролю та регулювання, а також робить складним прогнозування соціальних процесів, частиною яких є соціальні мережі.

Важливим є те, що широке впровадження соціальних мереж сприяло соціалізації Інтернету. Можна погодитися з думкою, що «віртуальні спільноти стають об'єктивною реальністю і впливають на системні властивості соціуму». Тому саме соціологічний аналіз соціальних Інтернет-мереж є найбільш продуктивним під час їх вивчення. По-перше, мережі спочатку створювалися як механізм комунікації, соціальна, а не технічна складова є в них базовою. По-друге, соціологічні методи дослідження дають змогу вивчати найрізноманітніші об'єкти в соціальних мережах, від індивіда до соціальних груп. При нестачі робіт вітчизняних авторів вивчення досвіду зарубіжної сучасної соціології соціальних Інтернет-мереж є необхідною умовою розвитку їх досліджень в Україні. У широкому сенсі соціальна мережа (термін уведений в обіг соціологом Дж. Барнсом у 1954 р.) – це соціальна структура, що складається з безлічі агентів (індивідуальних і колективних) і відносин між ними [5, с. 4]. У вузькому сенсі – це платформа, онлайн сервіс, або веб-сайт, призначені для побудови, відображення й організації соціальних взаємовідносин.

Так, із появою Інтернет-теорії «соціальних мереж» у 1995 р. в США з'явилась перша, наближена до сучасних, соціальна мережа Classmates.com. Однак історію становлення соціології соціальних мереж тісно пов'язують частіше з ім'ям Д. Бойд – американської дослідниці, антрополога та соціолога, чия дисертація, яку вона захистила у 2008 р., стала першою роботою такого рівня, що висвітлює роль соціальних мереж у житті американської молоді, на прикладі таких соціальних мереж, як MySpace і Facebook. У результаті дослідження автор дійшла висновку, що хоча загалом життя підлітків з погляду процесів соціалізації, цілей і цінностей змінилася не сильно, проте методи, які підлітки використовують у своїх повсякденних практиках, із появою соціальних мереж зазнали кардинальних змін. Відносини між підлітками, зокрема друзя, стають немислимими без урахування фактора соціальних мереж, куди переноситься спілкування й де виробляється нова етика комунікації. Здатність обходити за допомогою мереж батьківський контроль робить їх привабливими, а процеси соціалізації молоді – більш вільними та саморегулюючими. Це викликає побоювання з боку дорослих, що відбивається в створенні негативного іміджу соціальних Інтернет-мереж. У результаті кінцевим продуктом впливу соціальних мереж є процеси соціально-групової ідентифікації [6]. Так, теми ідентифікації, соціальної взаємодії й ціннісної оцінки соціальних мереж як соціотехнічного феномена стають головними в наступні роки. Отже, це дослідження залишається на сьогодні найбільш фундаментальним ученням про соціальні мережі, яке дає змогу простежити їх еволюцію і як соціального феномена, і як об'єкта наукового дослідження.

Основною причиною того, що найбільших успіхів у дослідженні соціальних мереж досягли нині американські вчені, є зростання аудиторії американських соціальних мереж, насамперед мережі Facebook. Поява соціальних мереж у тому вигляді, у якому ми їх знаємо, у США припадає на 2002–2004 рр., коли були створені мережі Friendster (2002 г.), MySpace (2003 рік) і Facebook (2004 р.) Підхід до дослідження соціальних мереж розвивався в межах положення, згідно з яким створені користувачами профілі є відображенням їх соціально-групової ідентичності у звичайному житті. Так, у цей час виробилося уявлення про основні технічні елементи мережі, що включають у себе профіль з аватаром (зображенням користувача), систему повідомлень і діалогів, а також списки «друзів». Незважаючи на те, що на початкових етапах свого розвитку мережі мали низку обмежень щодо реєстрації, а система комунікацій усередині мережі перебувала під більш пильним контролем адміністрації, ніж зараз, ці сервіси швидко завоювали популярність серед молоді. Однак інтерес до соціальних мереж у науці ще не був суттєвим. Наприклад, хоча соціальна мережа Facebook була створена у 2004 р., у 2005 р. була опублікована всьо-

го одна стаття про неї в наукових журналах гуманітарної спрямованості, в 2006 р. – 9, у 2007 р. – 22, тільки в 2008 р. – 70, після чого кількість публікацій почала зростати в геометричній прогресії [7]. Це пояснюється тим, що, крім соціальної значущості соціальних мереж, вирішальним фактором їх дослідження стало зростання аудиторії користувачів і створення позитивного іміджу. У першому випадку мова йде про рішення компанії Facebook зняти обмеження на реєстрацію, згідно з яким сервісом могли користуватися тільки студенти коледжів і університетів, і перейти на систему «13+» (вільна реєстрація для всіх осіб, старших за 13 років). Другий аспект був пов'язаний із подоланням наслідків «моральної паніки» щодо безпеки дітей. До 2007 р. соціальні мережі в основному сприймалися як небезпечне для дітей місце, а, як указував дослідник розвитку техніки Е. Бейкер, потенційно небезпечні або невдалі винаходи рідко користуються увагою наукової спільноти до тих пір, поки не буде доведено протилежне [8, р. 12]. Коли державні органи у 2007 р. висунули низку вимог Facebook, що стосуються забезпечення безпеки, то соціальна мережа пішла на значні поступки, оголосивши про введення кількох десятків рівнів безпеки, що не тільки забезпечило їй позитивний імідж, а й зробило реєстрацію в ній статусним символом.

Можна зустріти велику кількість класифікацій, автори яких систематизують не так соціальні мережі як такі, а соціальні сервіси загалом («під соціальним сервісом зазвичай розуміють такий Інтернет-проект, який оснований на організації взаємодії між людьми» [9, с. 49]), а саме [10]:

- за територіальною ознакою – міжнародні, державні, регіональні, локальні. Між країнами існують серйозні відмінності при користуванні мережами, які пояснюються часом включення країни у світовий комунікаційний простір, технічною оснащеністю, менталітетом населення. «Дивно, але тепер при спілкуванні в Інтернеті частіше ставиться не питання «у якій країні живеш?», а «в якій соціальній мережі спілкуєшся?», зазначають дослідники [11]. Дійсно, є соціальні мережі, поширені в багатьох країнах світу (Facebook), а є такі, які популярні переважно в деяких країнах і регіонах. ВКонтакте, Однокласники – країни СНД; Qzone – Китай; Nexoria – Канада; Bebo – Великобританія; Hi5, dol2day – Німеччина; Public Broadcasting Service, Orkut і Hi5 – Південна та Центральна Америки; 55% бразильських користувачів мереж воліє Orkut. Частина соціальних мереж використовує кілька мов, а частина – одну або два, що так само обмежує ареал їх поширення;

- за типом – універсальні, тематичні. Велика частина соціальних мереж має загальний характер, проте є і спеціалізовані сервіси. Flickr-сервіс, призначений для зберігання й подальшого використання користувачем цифрових фотографій і відеороликів. SoundCloud – соціальна мережа для музикантів і діджеїв;

- за доступністю інформації – відкриті (Facebook), закриті (PlayboyU), змішані. Якщо мережа спеціалізована, то реєстрація в ній можлива тільки за певних умов;

- за аудиторією, за віком, за соціальним статусом, за професією. Велика частина соціальних мереж об'єднує людей різного віку, професій, інтересів. Наприклад, деякі соціальні мережі створюються для спілкування на професійні теми, обміну досвідом та інформацією, пошуку і пропозиції вакансій, розвитку ділових зв'язків. «Доктор на роботі» – найбільша у світі російськомовна спільнота лікарів, «Професіонали.ру» – російська ділова соціальна мережа, яка об'єднує фахівців і бізнесменів за галузевими, професійними й географічними ознаками.

Більшість Інтернет-спільнот, соціальних мереж мають свої традиції, правила, морально-етичні норми, які приходять із реального життя або формуються за допомогою довгого спілкування в мережі. Формується специфічна мова (сленг) віртуального спілкування, яка, звичайно ж, залежить від рівня освіти й культури носіїв цієї мови. Так, в умовах ослаблення старих соціальних ко-

мунікацій інструменти інформаційно-комунікаційної організації в межах соціальних Інтернет-мереж стають усе більш ефективним каналом зв'язку між партіями, суспільством, громадянами і владою. Комп'ютери, як зазначав відомий дослідник Д. Несбітт, збільшують реальну владу кожного індивіда, даючи йому змогу більш ефективно стежити за діями свого уряду, навіть більше, ніж уряд може стежити за діями громадянина. Тим самим чинне правове забезпечення розвитку Інтернет-спільноти й форм його самоорганізації передусім за допомогою створення соціальних мереж з усією очевидністю потребує розвитку [12].

Також соціальні Інтернет-мережі можуть бути використані для вербування агентів іноземними розвідками, збору інформації про співробітників конкурентних спецслужб, виявлення суспільних відносин їхніх користувачів до наслідків планованих операцій, надання коригувального впливу на суспільну свідомість, дестабілізацію обстановки в країнах-супротивників тощо. Це змусило говорити про феномен так званих «твіттерних революцій», коли соціальні Інтернет-мережі відіграли значну роль в організації масових громадських заворушень у багатьох країнах світу, не виключаючи й Україну.

В умовах широкого поширення інформаційних технологій звичні методи управління політичними процесами вже не спрацьовують. Суспільство відкриває для себе нові можливості самоорганізації [13]. На тлі цих подій відбувається істотне посилення уваги держави до соціальних мереж.

Висновки. Обсяг матеріалу, який накопичено в зарубіжній соціології, дуже значний у кількісному та якісному вимірах. Знання про основні напрями й авторів, представлених у статті, можуть слугувати відправною точкою для самостійної роботи в галузі вивчення соціальних мереж. Адаже дослідницький інтерес до їхньої проблематики зумовлений тим, що в міру збільшення кількості користувачів соціальної мережі зростає не тільки їх соціальна значимість, а й виявилися численні проблеми, пов'язані з самоідентифікацією особистості в цих спільнотах, соціальними практиками, нормативно-ціннісними установками та можливостями соціального контролю над ними. З одного боку, соціальні Інтернет-мережі є продовженням і новим виміром традиційно сформованих структур соціокультурного життя, а з іншого – вони являють собою особливий соціально-правовий простір, у якому розвивається нова якість повсякденного життя.

Література:

1. Колосова О.Ю. Социально-философские аспекты глобализации / О.Ю. Колосова. // НИЦ Социосфера. – 2014. – № 45. – С. 134.
2. Бакланов И.С. Роль социальных сетей в процессах глобализации / И.С. Бакланов, А.Л. Яценко // Личность. Культура. Общество. – 2010. – № 4. – С. 320.
3. Душенко К. Мир тесен или шесть рукопожатий / К. Душенко [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.dushenko.ru/news/243580/>.
4. Теорию шести рукопожатий подтвердили специалисты Microsoft [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.membra-na.ru/particle/12894>.

5. Губанов Д.А. Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства / Д.А. Губанов, Д.А. Новиков, А.Г. Чхартишвили. – М. : Физико-математическая литература, 2010. – 228 с.
6. Boyd D. Taken out of Context: American Teen Sociality in Networked Publics / D. Boyd // Berkeley. – 2008. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.danah.org/papers/TakenOutOfContext.pdf.
7. Wilson R.E. A Review of Facebook Research in the Social Sciences / R.E. Wilson, S.D. Gosling, L.T. Graham. // Perspectives on Psychological Science. – 2012. – № 7. – С. 220.
8. Bijker W. The Social Construction of Technology / W. Bijker. – The Netherlands : Wiebe Eco Bijker, 1990. – 218 с.
9. Тоискин В.С. Антропологическое измерение социальных сервисов интернета : [учебное пособие] / В.С. Тоискин, А.В. Шумакова, В.В. Красильников. – Ставрополь : СГПИ, 2012. – 104 с.
10. Бобкова И. А. Разработка классификации для анализа социальных сетей / И. А. Бобкова. – 2012. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.mce.su/archive/doc57318/doc.pdf>.
11. Платов А. Социальные сети: феномен коллективного разума / А. Платов. – 2012. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www-nestor.minsk.by/sr/2007/04/sr70414.html>.
12. Социальные Интернет-сети: правовые аспекты. – 2012. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://lexandbusiness.ru/view-article.-php?id=753>.
13. Филатов С. Ближний Восток: «Идеальный шторм» / С. Филатов. – 2012. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://interaffairs.ru/-print.php?item=664>.

Гаркуша Ю. А. Социально-правовая характеристика социальных сетей

Аннотация. В статье рассматривается такое явление современного информационного общества, как социальные сети, выявляются их характерные черты. Исследуются особенности общения в социальных сетях, их преимущества и недостатки, устанавливаются правовые проблемы, связанные с социальными сетями. Акцентируется внимание, что именно внедрение социальных сетей способствовало социализации Интернета. Социальные связи в среде социальных сетей несколько специфические, настолько и противоречивые, сформированные реальностью и во многом конструируют эту же реальность. Раскрываются особенности развития социологии социальных сетей. Указываются необходимые условия развития данной дисциплины (статусность, положительный имидж и массовость аудитории), рассматриваются основные работы и характеризуются основные направления. Обосновывается, что с появлением социальных Интернет-сетей в повестке дня социологии появилось несколько тем, обсуждение которых актуально для ее развития: анализ социальных сетей; большие данные; переосмысление методологии сбора и производства данных; изменилась природа объекта социологии и тому подобное.

Ключевые слова: Интернет, социальные сети, социальные связи, социология, социологическая теория, гражданское общество.