

## ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИЯ ПОСРЕДСТВОМ СЕТЕВЫХ СООБЩЕСТВ КАК ФАКТОР СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ

*В статье рассматриваются подходы к изучению средств электронных коммуникаций, социокультурное значение новых коммуникативных образований. Основной акцент делается на роли социальных сетей как основного средства электронных коммуникаций как двигателя социальных и культурных трансформаций, влияния социальных сетей на массовое сознание и последствий социальной активности в виртуальном коммуникативном пространстве.*

**Ключевые слова:** социокультурные трансформации, электронные коммуникации, социальные сети.

**Белікова С.В. Інтернет-комунікація за допомоги соціальних мереж як фактор соціокультурних трансформацій.** *У статті розглядаються підходи до дослідження проблем електронних комунікацій, соціокультурне значення нових комунікативних феноменів. Основний акцент робиться на ролі соціальних мереж як основного засобу електронних комунікацій та рушія соціальних і культурних трансформацій, впливу соціальних мереж на масову свідомість і наслідках соціальної активності у віртуальному комунікативному просторі.*

**Ключові слова:** соціокультурні трансформації, електронні комунікації, соціальні мережі.

**Bielikova S.V. Internet-communication by means of the networks as factors of the sociocultural transformation of community.** *This article is focuses on the approaches to the study of the means of electronic communications and sociocultural meaning of the new communicative institutions. It accents the role of social networks as the main tool of electronic communications, which are by-turn the motive forces of social and cultural transformations, of the influence of social networks on the mass consciousness and the consequences of the social activity in virtual communicative space.*

**Keywords:** sociocultural transformations, electronic communications, social networks.

Задачи, которые мы перед собой ставим – раскрыть понятие электронных коммуникаций в их связи с социокультурными трансформациями: изменением общественно-политических режимов, трансформацией норм и ценностей внутри национальных сообществ. В.Терин по этому поводу замечает, что термин «коммуникация» в связи с его употреблением в словосочетании «средства массовой коммуникации» не сводится только к функции общения. Ведь технические возможности электронной коммуникации предполагают ее использование в массовом масштабе. А роль исследователя, в свою очередь, заключается в анализе не только изучения средств коммуникации «как таковых», не принимая во внимание их «информационное наполнение», но и исходя из предпосылки «открытости массовых аудиторий воздействию различных источников сообщений, из коммуникационного и информационного плюрализма» [1].

Отметим, что массовая коммуникация как явление возникла в первой половине XX века, а толчком к ее развитию послужили возникшие новые технические устройства, благодаря которым информация разного типа стала распространяться в больших объемах и с огромной скоростью. А средствами массовой коммуникации мы называем комплексы подобных устройств (телевидение, СМИ, радио, Интернет и т.д.).

С целью анализа массовой коммуникации в ее электронном аспекте нам необходимо осмыслить основные моменты термина. Так, главными условиями функционирования массовой коммуникации, согласно взглядам С.Зелинского, ссылающегося на В.Конецкую [2], является социальная значимость предлагаемой информации, присутствие технических средств, позволяющих производить операции с пакетами информации, многоканальность и, конечно же, массовая аудитория, которая, в свою очередь, пространственно рассредоточена и анонимна, но может делиться на мини-сообщества и субкультуры. А непосредственными участниками массовой коммуникации будут считаться не столько индивиды, сколько некие «собираательные образы» (народ, армия, государство и т.п.) [2].

Еще один термин, употребляющийся как синоним понятию «массы» - «публика, который возник на самом раннем этапе развития средств массовой коммуникации. Его осмыслили в разных аспектах Г.Тард, Ч.Кули, У.Липпман, а позже разрабатывали Г. Блумер и Г.Лассуэл [1]. Под «публикой» исследователи понимали некую совокупность людей, которые обладают собственным мнением, потому как осмысливают собственные интересы и активно артикулируют их в публичном пространстве как активные действующие лица, а не как пассивные и анонимные потребители сообщений масс-медиа. Таким образом, замечает В.Терин, качественное различие между публикой и массой заметно во многих западных обществах, а также в рамках российско-украинского социокультурного пространства, - для которых характерно, скорее, понимание массовой коммуникации как выражение динамического общественного мнения, направленного на трансформацию полученной информации согласно персональным запросам и ориентированное на решение «жизненноважных проблем» [1]. Таким образом, понимая «мнение публики» как высшее проявления массового сознания, исследователь, тем самым, имеет перед собой задачу выявления и преодоления действительной ограниченности сознания масс самого по себе, усиливая диалогическое начало с массами. И, таким образом, сама исследовательская работа должна проходить в режиме диалога с аудиторией. Но данное понятие постигло характерное для функционирования средств массовой коммуникации усредненно-сниженное отношение и поэтому, как мы уже отмечали, зачастую в научной и публицистической литературе термин «публика» служит синониму термину «массы».

Следует сказать, что так называемые «социальные сети» в современном понимании появились достаточно недавно: появившиеся на основе технологии Web 2.0, соцсети направлены на реализацию разнообразных вариантов пользовательского взаимодействия [3]. В связи со столь бурным развитием и глобальным распространением и существенной силой влияния на общество, социальные сети стали популярным объектом исследования экономистов, медиатехнологов, маркетологов, психологов, социологов, однако комплексного исследования культурологического характера в отечественной гуманитаристике до сих пор не произведено. Мы наблюдаем лишь отдельные публикации на данную тематику (Д.Бойд, К.Фукс, С.Бондаренко, А.Агостини, Р.Гросс, И.Эйдман, Ш.Теркл, Е.Ефимов, А.Кузнецов, В.Терин и т.д.), которые могут называться лишь частичной и фрагментарной рефлексией над данным непростым феноменом современной социокультурной реальности.

Также отметим, что известный теоретик культуры М. Маклюэн еще в 60-х гг. XX столетия развивал концепцию «информационной революции»: согласно взглядам исследователя, современная эпоха находится на так называемой «постнеокультурной» стадии. Но концепция «глобальной деревни», согласно которой новая «Электронная галактика» станет основанием для «всемирного единения» людей, образования единого глобального сообщества коллективного сознания, в котором сольются мифологизм и рационализм, где исчезнут национализм и военные конфликты и цивилизация станет развиваться по принципам «гармоничной коммуникации». Однако пророчества М. Маклюэна, к сожалению, по сей день не сбылись. Видимо, потому, что исследователь при разработке концепции «Электронной галактики» в основном исходил из возросшей роли телевидения, которое в 60-е годы XX века лишь начало развиваться и входить в широкий обиход. Про влияние компьютеров, и Интернета, а, тем более, социальных сетей как важного средства коммуникации, исследователь не мог ничего сказать, поскольку тогда их не существовало в современном нам представлении. Однако, как отмечает А. Соколов [13]. М. Маклюэн предсказал появление «гипермедиа» как «единства звука, статических и динамических изображений», которое реализовалось в мультимедиа. Однако, мы можем считать М. Маклюэна «пророком электронной коммуникации» [13, с.280].

Являются ли социальные сети логическим итогом социокультурных трансформаций или же они служат толчком к их возникновению? Нам кажется, что на оба из данных вопросов может быть дан положительный ответ, поскольку, мы знаем, что социальные сети – продукт достаточно недавнего прошлого. Сам термин «социальные сети» введен в обиход социологом Дж.Барнсом в работе «Классы и собрания в

норвежском островном приходе», которая вошла в сборник «Человеческие отношения» в 1954. Популярность термин приобрел во второй половине XX века, он вошел в употребление западного научного сообщества. Вскоре звеньями социальной коммуникации стали рассматривать не только людей но и «любых других акторов, которые могут иметь социальные связи» (страны, города, организации и т.п. [5], однако за столь короткий период они успели захватить внимание порядка 80% интернет-пользователей всего интернет-трафика, ежедневно социальные сети посещают около 60% мирового населения (более двух миллиардов человек) [3] и 17% (порядка 14 млн.) украинских жителей [6, с. 48]. Таким образом, темпы электронных-коммуникаций и онлайн-общения в современном мире имеют тенденцию возрастать. В отчете компании «Hyperlink» компания “Nielsen” под названием «*State of the Media: The Social Media Report ? Q3 2011*» [3], содержатся данные, что общая продолжительность времени, проводимая в социальных сообществах, согласно выводам компании, лидирующее место занимает Австралия (ежедневно 7 часов 17 минут) [3].

Учтем также, что на сегодня – одно из самых эффективных средств мобилизации людей для политических и социальных протестов. Наглядным примером здесь служат так называемые «Твиттер-революции» [7] – или так называемая «Арабская весна» - волна демонстраций, и протестов революционного характера, начавшаяся в 2010 году, которые произошли в Тунисе, Египте, Ливии, Бахрейне, Сирии и других странах арабского региона и приведших к падению действовавших на то время политических режимов. Своим возникновением эти события во многом обязаны социальным медиа, которые позволили быстро мобилизовать огромное количество людей [8]. Волны протеста действующая власть не имела возможности предотвратить, поскольку скорость информации, распространяемой при помощи соцсетей и других электронных технологий значительно опережала скорость предотвращения ее распространения [9]. С.Шашков указывает, что при достаточной базе данных не так сложно мобилизовать местное население, запустив тематическую рассылку с призывом выходить на протесты специфической целевой аудитории, которая, в свою очередь, распространит посредством столь популярного в данном регионе «сарафанного радио» информацию остальным членам общества, «которые никогда не слышали про «Твиттер», но всегда готовы бить витрины и бросать булыжники» [9]. И даже то, что о событии вскоре станет известно местным правоохранительным органам, положения вещей не меняет, поскольку, по утверждению С.Шашкова, – и мы с ним полностью согласны, – источники электронной информации можно сделать «технически неуловимыми» и столь быстро мобилизуемого сообщество сложно взять под властный контроль, когда речь идет о тысячах людей [9]. Похожий эффект виртуальной активности наблюдался в Москве и Санкт-Петербурге во время парламентских выборов 2011 года (многочисленные митинги и акции протеста) [10].

Интересен тот факт, что подобные акции стали возможны не столько благодаря средствам электронной коммуникации, сколько изменившимся социальным и культурным реалиям, берущим свое начало в XX веке с появлением новых медиасредств, родивших впоследствии новый тип человека – человека информационной среды, медиачеловека. Все дело в том, что на нас, по мнению вышеупомянутого М. Маклюэна а также других исследователей (В.Терин, Э.Тоффлер и др.) с гораздо большей скоростью, нежели в предыдущие столетия, обрушивается огромный поток информации, а время, отведенное на ее усвоения, не хватает для кропотливого анализа и фильтрации ненужного. Как удачно заметил В. Терин [1], посредством электронной коммуникации воспроизводится все большее количество информации, которая образует своеобразную оболочку, и общество оказывается в ней будто «упакованное в контейнер»: «...этот «контейнер» каждый день воздействует на население всей Земли, являясь “посредником” при решении общественно-значимых задач, - делает вывод В.Терин. И конечно же, продолжает автор, такой продукт нашей деятельности «переформатирует» качественным образом нашу жизнь, «замыкает ее на себе», лишая «линейной перспективы»: «...и “горизонт”, столь милый когда-то теоретикам прогресса, оказывается здесь понятием без предмета», – полагает В.Терин [1]. Поэтому, как полагают В.Добренков и А.Кравченко, развитие технологий порождает все новые проблемы, связанные с психологической перегрузкой субъектов. Социологи приводят пример с японским обществом: реальный ежегодный информационный прирост превысил ожидаемый (предполагалось, что он составит порядка 10%), но ее потребление составило только порядка 3%. «Оказалось, – пишут исследователи, – более половины информации идет «в корзину», потому что у людей не хватает времени на ее потребление» [11, с. 281]. Результатом так называемой «блип-культуры» [15, с. 279] является «выхватывание» отдельных элементов информации, отрывочных сообщений и новостей, лозунгов и команд из всеобщего огромного информационного потока является недостаточная рефлексия над качеством информации, ее содержанием и цели, которую она несет [15, с. 279]. И человек теперь «...отказывается от восприятия новых модульных данных в стандартных структурах и категориях и стремится к созданию из мозаичной информации своего собственного материала». Основным принципиальным моментом теперь, по мнению А. Костиной,

служит «мобильность ориентации в рамках стремительно изменяющейся среды и новый способ ее освоения» [13].

Однако есть иные точки зрения на особую роль электронных средств коммуникации на социально-культурные изменения. Скажем, те события, что происходили в странах Северной Африки – вряд ли возможны в нашей социокультурной среде. Все дело в том, что на характер социальной активности влияют базовые ценностные императивы, поведенческие установки и способ мышления того или иного национального сообщества (проще говоря, все то, что составляет ментальное поле). Для украинцев характерно отношение к виртуальной коммуникации как своего рода развлечению и удовлетворению личностных потребностей (в досуге, коммерческих и т.д.), но не как к средству выражения гражданской позиции и способу влияния на социополитические процессы. Такой точки зрения придерживается М.Дублянский (украинский публицист, политический журналист) [14].

Мы не можем однозначно ответить на вопрос о положительном либо отрицательном влиянии средств электронной коммуникации на жизнь социума. Мы можем лишь обозначить те значащие опорные точки, согласно которым развивается современный социум. Во-первых, как мы выяснили, само понятие «массовой коммуникации» - отнюдь не недавний термин, однако, как часто бывает с терминологическим аппаратом гуманитарной направленности, термин приобрел несколько иные коннотации, одна из которых – «электронные коммуникации», характеризует состояние современного информационного общества, базирующегося на принципах глобального высокоскоростного распространения информации разной направленности и смыслового содержания. Верно отмечает А.Назарчук [15], что ныне информация вышла за количественные пределы, и это придает коммуникации самостоятельность и выдвигает ее, наряду с информацией, на пьедестал правления социумом. А.Назарчук определяет данный феномен как «виртуальную революцию», - когда оба вышеупомянутых феномена не столько отражают объективные реалии современности, сколько «задают тон» ее развития, создают своеобразный «стиль» культуры: «В результате виртуальной революции информационно-коммуникативная реальность в известной степени подчиняет себе предметную реальность» [15, с. 300]. Важную роль в усвоении информации посредством глобальной коммуникации в электронном пространстве играют популярные социальные сети (Facebook, Twitter, Вконтакте и т.д.), которые служат эффективным средствам мобилизации людей как для политических нужд, так и для нужд общественных, культурных и пр. Как отмечает Прохоров, любая социальная сеть работает по принципам личного доверия, поскольку мы склонны доверять знакомым нам людям в преимуществе того или иного выбора, предпочтениях и склонностях, работая по аналогии с клубом знакомств, объединяющих людей на основании общности предпочтений, интересов, очной или заочной симпатии или из желания общения [5].

Как отмечает В.Терин [1], Интернет можно сравнить оруэлловским “Большим Братом”, когда мы начинаем говорить о его управленческом потенциале, часто концептуальные осмысления зародившегося не так давно феномена сводятся к его негативной и разрушительной функции, пропаганде западной (чаще всего – американской) масскультура, средства для всевозможных диверсий, развития преступности и распространения «мирового зла» [1]. Однако такой подход, на наш взгляд, неверен поскольку новые технологические веб-разработки, в частности, переход на так называемый «Web 2.0», позволяющий людям сотрудничать и распространять информацию в режиме онлайн «недоступными прежде способами», базирующимися на принципах активного участия каждого пользователя в создании того или иного интернет-проекта. Так произошло, скажем, во время предвыборной кампании Барака Обамы, когда Тим О’Рейли (Tim O’Reilly), основатель O’Reilly Media, в сентябре 2008 года обратился с призывом ко всем пользователям Web 2.0 создавать нечто более продуктивное, чем приложения для «пустого времяпровождения» [3]. Уже спустя месяц на призыв откликнулись: Крис Торп отметил, что предвыборный штаб Б.Обамы выпустил приложение для iPhone – Obama’08, которое позволяло узнать последние новости о самом кандидате и его предвыборной компании, принять участие в различных мероприятиях, посетить онлайн-трансляции предвыборных дебатов и т.д. «Данное приложение позволило предвыборному штабу кандидата эффективно и быстро работать с избирателями, а самим пользователям, благодаря отражавшейся на сайте статистике, почувствовать себя активными участниками политической жизни страны» [3]. Таким образом, Web 2.0 является важной вехой в развитии кибер-технологий, в основу которых закладываются иные принципы и подходы к феномену коммуникации в целом: открытый диалог, отсутствие разного рода сегрегации и «подстройка» технических параметров с учетом личностных предпочтений и интересов [16].

Итак, мы выяснили глубокую взаимосвязанность современного социума и электронных средств коммуникации, которые способствуют стремительному и, что главное, мгновенному сокращению расстояний между субъектами коммуникации, обладают огромным спланированным действием и эффективным инструментом управления массами при помощи формирования и оперирования общественным мнением. При этом, само определение времени в информационном обществе несколько

изменяется, точнее, меняется его психологическое восприятие: время наделяется более динамичными свойствами и, согласно меткому выражению Т. Лукиных и Г. Можаяевой, наблюдаются тенденции к «уплотнению социального времени общества»: количество социально значимых событий за определенный интервал времени по сравнению с предыдущими эпохами или даже по сравнению с XX веком в XXI веке непомерно возросло [17].

Однако, одновременно повышается риск деструктивного воздействия, возникшего в результате так называемой «коммуникативной перегрузки», которому подвержена не только отдельно взятая личность, но и весь социум. И, как полагает А.Назарчук, реальное коммуникативное сообщество обязано «соответствовать органичности социальной жизни», которая, в свою очередь заключается в адаптации абстрактных норм идеальной коммуникации к работе реальных подсистем общества, основу которой составляет задействование все большего числа коммуницирующих субъектов, которые, в свою очередь, будут удовлетворять желание общения [15]. Ведь большая часть [6, с. 50] интернет-пользователей, находясь в социальных сетях, тратят время именно на установление социальных связей, т.е. непосредственно общаясь, коммуницируя, ставя «лайки» на фотографиях или иным способом артикулируя свое присутствие в виртуальном пространстве соц-сетей. Поэтому дальнейшие исследования электронной коммуникации посредством социальных сетей должны быть направлены на анализ и осмысление их не как удачной технической разработки, служащей разнообразным экономическим, политическим, коммерческим целям, а непосредственно феномена, позволившего миллионам людей иметь доступ к общению и исходя из этого общения, создавать новые социокультурные реалии.

#### **Литература:**

1. Терин В. Массовая коммуникация. Исследование опыта Запада [Электронный ресурс]/В.Териню, 2002. – Гл.VI. – Режим доступа: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Polit/Terin/06.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/Terin/06.php)
2. Зелинский С. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание СПб: Скифия, 2008. – 280 с. [Электронный ресурс]/С. Зелинский//Электронные коммуникации как способ управления массами. - Р. 6. - Режим доступа: <http://psyfactor.org/lib/zelinski-07.htm>
3. Мельник А. Социальные медиа в 2011 году: исследовательский отчет от Nielsen [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ain.ua/2011/09/26/59554>
4. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации: Учебное пособие. — СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2002. — 461 с.
5. Прохоров А. Социальные сети и Интернет [Электронный ресурс]. –Режим доступа: <http://www.masters.donntu.edu.ua/2011/fknt/stadnik/library/article4.htm>
6. Иванова Е. Сетевой маркетинг/ Е.Иванова//Корреспондент. – 2011. – №46(483). – С. 48-52.
7. Сметанина С. Соцсети: поторгнем или устроим революцию? [Электронный ресурс]/С.Сметанина. – Правда.Ру. – Режим доступа: <http://www.pravda.ru/society/how/31-10-2011/1097107-socseti-1/>
8. Цатурян С. Ненасильственное сопротивление как стратегия смены режимов на Ближнем Востоке и в Северной Африке: роль США [Электронный ресурс]/С Цатурян//21 Век, 2012. – № 1. – Режим доступа: [http://www.csef.ru/studies/politics/projects/arab\\_revolution/articles/2605/](http://www.csef.ru/studies/politics/projects/arab_revolution/articles/2605/)
9. Шашков С. Проверка практикой теории управляемого хаоса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.km.ru/ne>
10. На 'революцию через соцсети' в Москве вышел 1 человек [Электронный ресурс//Русский обозреватель, 2011. – Режим доступа: <http://www.rus-obr.ru/ru-web/12481>
11. Добренъков В.И. Социология: Краткий курс [Электронный ресурс]/ Добренъков В.И., Кравченко А.И. М.: Инфра-М., 2008. – Режим доступа: [http://lib.socio.msu.ru/l/library?e=d-000-00---001ucheб--00-0-0-0prompt-10---4-----0-11--1-ru-50---20-help---00031-001-1-0windowsZz-1251-10&a=d&cl=CL1&d=HASH01cbdb87d430a5e28a0fdce9.8#\\_ftn8](http://lib.socio.msu.ru/l/library?e=d-000-00---001ucheб--00-0-0-0prompt-10---4-----0-11--1-ru-50---20-help---00031-001-1-0windowsZz-1251-10&a=d&cl=CL1&d=HASH01cbdb87d430a5e28a0fdce9.8#_ftn8)
12. Тоффлер Э. Третья волна. М.: ООО "Фирма "Издательство АСТ", 1999. – 776 с.
13. Костина А.В. Тенденции развития культуры информационного общества: анализ современных информационных и постиндустриальных концепций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://zpu-journal.ru/e-zpu/2009/4/Kostina\\_Information\\_Society/](http://zpu-journal.ru/e-zpu/2009/4/Kostina_Information_Society/)
14. Дублянський М. Реальна віртуальність [Электронный ресурс]/ М. Дублянський//Українська правда. - 12 февр. 2012. – Режим доступа к журн.: <http://www.pravda.com.ua/articles/2012/02/17/6958880/>
15. Назарчук А.В. Этика глобализирующегося общества / А.В.Назарчук. – М.: Директмедиа Паблишинг, 2002. – 809 с.
16. Как социальные сети могут изменить мир? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.keepintouch.ru/analytics/history/how-social-networks-can-change-the-world.htm>
17. Лукиных Т., Можаяева Г. Информационные революции и их роль в развитии общества [Электронный ресурс] /Т.Н. Лукиных, Г.В. Можаяева//Гуманитарная информатика. – Вып. 3. – Режим доступа к журн.: [http://huminf.tsu.ru/e-jurnal/magazine/3/luk\\_moz.htm](http://huminf.tsu.ru/e-jurnal/magazine/3/luk_moz.htm)