

Министерство образования Республики Беларусь

Учреждение образования
Полоцкий государственный университет

**НОВЫЕ КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
И СОВРЕМЕННОЕ БЕЛОРУССКОЕ ОБЩЕСТВО**

Электронный сборник статей
Международной научной конференции

(Новополоцк, 11-12 ноября 2016 г.)

Под общей редакцией
И.А. Бортника

Новополоцк
2017

Все права на размножение и распространение в любой форме остаются за УО «Полоцкий государственный университет».

Нелегальное копирование и использование данного продукта запрещены.

Новые коммуникативные технологии и современное белорусское общество : электрон. сб. ст. Междунар. науч. конф, Новополоцк, 11–12 нояб. 2016 г. / Полоц. гос. ун-т ; под общ. ред. И.А. Бортника. – Новополоцк : Полоцкий государственный университет, 2017. – 1 CD-ROM.

211440, ул. Блохина, 29,
г. Новополоцк
Тел.: 59-37-39, 39-40-46
<http://www.psu.by>

Компьютерная верстка: Лазарёнок Егор Юрьевич
Программное обеспечение: Мядиль Анна Николаевна
Компьютерный дизайн: Мухоморова Мария Сергеевна

№ госрегистрации 3021713593

© Бортник И.А., 2017
© Полоцкий государственный университет, 2017

Коммуникативная роль социальных сетей

Соловей А.П., младший научный сотрудник,
Институт социологии НАН Беларуси, г. Минск

Интернет играет важную роль в структурировании общественных отношений, благодаря своему вкладу в развитие новой модели социального взаимодействия. Формирование сообществ в Интернете обусловлено процессами глобализации, урбанизации, а также внутренними психологическими мотивами и социальными потребностями современного человека. Виртуальные сообщества способствуют как организации социальных коммуникаций между людьми, так и реализации их социальных потребностей. Учитывая то, что взаимодействие в социальной сети основано на установлении контактов между субъектами взаимодействия, данная сеть объединяет людей и дает возможность поддерживать постоянную связь между ними.

Роль социальных сетей можно определить через их основные функции. Коммуникативная функция является основной. Под виртуальной коммуникацией понимают «форму коммуникации, которая основывается и реализуется при использовании электронных средств общения, протекает в специально созданной цифровой среде, представляющей совокупность информации, которой оперирует пользователь» [4, с. 176].

Следует отметить, что в целом для коммуникации в сети Интернет характерны такие признаки как: анонимность, добровольность, затрудненная эмоциональность, которая компенсируется специально разработанной знаковой системой для передачи эмоций, ролевость, связанная с презентацией личности, отличающейся от реальной жизни, множественность и изменчивость идентичности в пространстве коммуникаций, изменчивость социального статуса участников. В некоторых случаях общение может быть ориентировано и на изменение стратегий представления пола в сети. Данные черты характерны и для взаимодействия в социальных сетях. Но стоит указать и на некоторые особенности, специфичные только для взаимодействия в социальных сетях, и не характерные для других форм коммуникации в Интернете.

Первичной и важнейшей отличительной чертой социальных сетей является виртуальность пространства, где осуществляются коммуникации, а все прочие особенности являются производными от этой основополагающей характеристики. Сам термин «виртуальная реальность» был применен в Массачусетском технологическом институте в конце 1970-х годов Д. Леньером, который в 1984 г. основал первую фирму виртуальной реальности. Этот термин выражает идею присутствия человека в компьютерно-создаваемом пространстве. Виртуальное –

нематериальная разновидность бытия объективных сущностей или субъективных образов, противоположная материальному бытию вещей и явлений в пространстве и времени. В обиход термин «виртуальная реальность» был запущен американскими кинематографистами, выпустившими под таким названием киноленту с искусственной реализацией в знаково-графической форме мыслимых возможностей, не осуществляемых по каким-либо причинам естественным путем. Виртуальная реальность – это интерактивная технология, позволяющая создавать абсолютно (или почти абсолютно) убедительную иллюзию, что человек находится и действует внутри реального мира, хотя на самом деле этот мир существует внутри компьютера. Привычное восприятие объективного мира при помощи органов естественных чувств подменяется искусственно созданной компьютерной информацией при посредстве специального интерфейса, компьютерной графики и звука. Виртуальная реальность – это специфическая форма человеческого бытия и особая культурная форма духовного общения людей [5, с. 11].

Применяя понятие «виртуальность» к изучению социальных феноменов, можно говорить о том, что виртуальность – это феномен, который существует до тех пор, пока есть взаимодействие между социальными субъектами. Основой виртуального социального взаимодействия выступает символический обмен как форма символического социального взаимодействия [1, с. 98]. Следовательно, формируется специфическая система социального действия – «виртуального социального действия». Существенным отличием является возможность конструирования участниками виртуального сообщества новых правил социального поведения и соответствующих институциональных механизмов, упорядочивающих отношения в виртуальном пространстве. Эта важная особенность объясняется широкими техническими возможностями регулирования коммуникации в сетевом социуме [7]. В отличие от реального сообщества, социальные сети осуществляют коммуникацию и координируют действие посредством сетевых технологий. По мнению Г. Рейнгольда, виртуальные практики изоморфны реальным (схожи по структуре, но функционируют в отличных условиях) – взаимодействие в виртуальной среде осуществляется через текстовые формы (или гипертекст).

Социальные сети функционируют, основываясь на двух главных, общих для всех культурных ценностях. Первая – ценность свободной, горизонтальной коммуникации. В целом, свобода для многих высказывать свое мнение и доводить его до сведения других – одна из фундаментальных ценностей Интернета. Вторая ценность – это самонаправляемая организация, или возможность для каждого участника найти собственное место в социальной сети. А также возможность создать

собственную информацию и, опубликовав ее, тем самым инициировать появление новой сети [2, с. 73]. Социальные сети отличаются от прочих виртуальных форм социальной интеграции, тем что, во-первых, используют общий для всех членов канал коммуникации, во-вторых, имеют четкие границы (членство) и, в-третьих, характеризуются общностью целей/интересов своих участников.

Главным субъектом взаимодействия в социальных сетях является пользователь. Пользователь – человек, который имеет один или несколько профилей в разнообразных социальных сетях. Каждого пользователя следует рассматривать в контексте всей деятельности, которую он производит в режиме online. Виртуальное сообщество пользователей – совокупность пользователей, у которых интересы в течение некоторого времени близки, т.е. они получают доступ к одинаковым информационным объектам, размещенным на сайтах и предоставляющим интерес, при этом данная информация является полезной или развлекательной. В ходе своей активности пользователь может иметь несколько параллельных интересов. Интерес может проявляться активно – размещение или переработка информации. При пассивном проявлении интереса информация пользователем только потребляется [6, с. 15-17].

Сетевая жизнь пользователя после регистрации начинается с профиля, который содержит информацию о поле, возрасте, образовании, месте работы, месте жительства, семейном положении, интересах, вкусах, предпочтениях. Некоторые социальные сети, к примеру, MySpace, настаивают, чтобы пользователи указывали настоящую информацию. Прозвища, картинки зверей на «аватарах» (изображениях, позволяющих визуально идентифицировать пользователя Интернета), придуманные персонажи. Только незначительная часть регистрируется в данной сети под настоящими именами. Но когда речь шла о мошенничестве, совершенном под чужим именем, профили из сети удалялись [8, с. 90-91].

Особое внимание стоит уделить структуре социальных сетей. Социальная сеть может быть разбита по интересам на открытые или закрытые группы у которых есть свои модераторы. Но не все социальные сети имеют механизм объединения по интересам и формирования групп. Основанием социокультурного единства социальных сетей выступает общностное знание. Это связано с тем, что существование сообществ, членство в которых основано на индивидуальном интересе, становится возможным при условии разделения их членами общностного знания. Подобного рода знание о сообществе содержит представление о комплексе его смысловых значений, приемлемых способах их презентации, об условиях осуществления деятельности в рамках сообщества. Следовательно, общностное знание, в данном контексте, рассматривается в качестве интегративного элемента, который позволяет сохранять

социокультурную целостность социальных сетей во времени и обеспечивает достижение членами сообщества своих целей.

В качестве центральной структурной характеристики социальной сети выступает отсутствие общего пространства взаимодействия для ее участников. Социальная сеть представлена как взаимосвязь отдельных звеньев – ячеек. Социальные сети представляют собой сетевой объект с точки зрения как внешних, так и внутренних связей, и имеют внутреннюю сетевую структуру. В таких сообществах связи ее членов индивидуализируются, так как каждый выстраивает свою собственную сеть. Также можно выделить следующие отличительные признаки: возрастание количества участников (до нескольких миллионов человек), большая временная протяженность в организации взаимодействия, его индивидуализация [3, с. 12-13].

В социальных сетях отсутствует «одновременность» (свойственная форумам, чатам), взаимодействие здесь растягивается во времени. Формализация индивидуального образа, например, в виде «личной страницы» (аккаунт – совокупность данных, которые описывают пользователя), дает возможность постоянного поддержания связей между членами сообщества. Форма, которая заполняется в виде «личной страницы», обладает презентационной силой, с помощью которой индивид конструирует свой образ. И при этом достигается эффект постоянного «присутствия» в социальной сети. Тем самым, ценностно-смысловой уровень общностного знания индивидуализируется, так как транслируется через содержание личной страницы, предоставляемой пользователю при регистрации в социальной сети. Личная страница является главной опорой в системе сетевых связей. Именно от степени, качества, способов подачи личной информации во многом зависит успешное включение индивида в социальную сеть в целом, так и его коммуникация с отдельными членами. Прямая связь всех со всеми в социальных сетях невозможна, скорее речь идет об опосредованной связанности. Личная страница выполняет работу посредника, соединяя несвязанных между собой участников сети.

Внутренняя структура социальных сетей дает возможность индивиду по собственному желанию выбирать аудиторию из своих друзей или просто знакомых для трансляции личностно-ориентированного знания о себе. Принадлежность индивида к тем или иным группам по интересам позволяет увеличивать динамику личностно-ориентированного знания. Можно сказать, что участники взаимодействия в социальных сетях получают практически неограниченные возможности по представлению себя и управлению впечатлением о себе. Человек сам выбирает, кем он хочет быть, принимая различные образы.

Стоит отметить, что воспроизводство личностно-ориентированного знания имеет некоторые противоречия. С одной стороны, посредством

социальных сетей мы можем самоконструировать личность (создавать ее динамический образ), а с другой – наблюдается снижение уровня анонимности, так как в кругу участников сети есть знакомые и самопрезентация требует личной открытости. Таким образом, снижение уровня анонимности отличает социальную сеть от других форм взаимодействия в Интернете. В рамках определенной социальной сети можно говорить и о ценностно-смысловых и нормативно-функциональных образцах взаимодействия, разделяемых ее членами (к примеру, не использовать нецензурную лексику, не отмечать друзей на фотографиях с вечеринок в неподобающем виде).

Можно выделить следующие причины обращения к социальным сетям как средству общения. Во-первых, большинство людей используют социальные сети в качестве дополнения к реальному общению. Во-вторых, посредством общения в социальных сетях находят выражения такие качества личности, либо роли, которые не воплощаются в реальной жизни или скрываются. В-третьих, интернет-общение дает возможность самореализовываться в новом качестве, не свойственном привычным социальным ролям в реальной жизни. В-четвертых, общение в социальных сетях может носить характер психотерапевтической помощи, поддержки, сочувствия и понимания.

Реализация функции общения в социальной сети является эффективным средством поддержания слабых связей, которые были бы утрачены в результате вступления в физическое взаимодействие, не ориентированное на долгосрочное поддержание отношений. Также при определенных условиях социальные сети могут содействовать созданию новых слабых связей, к примеру, посредством сообществ по интересам. При этом, добровольность является еще одной особенностью сетевого общения. Участники общения добровольно завязывают контакты или уходят от них, а также могут прервать общение в любой момент.

Виртуальная коммуникация формирует новую реальность, в которой время и пространство претерпевают существенные изменения – происходит размывание пространственных границ коммуникации. Немаловажной является проблема формирования субъекта виртуальной коммуникации через отношение «Я – Другой». В ситуации виртуальной коммуникации возникает ряд социально-психологических последствий. Во-первых, сложно определить место собеседника в социальной иерархии, что приводит к определенному дискомфорту. Во-вторых, в условиях анонимности и ситуативности образ «Другого» формируется в результате перенесения на него собственных жизненных установок и опыта. Образ виртуального собеседника строится не только на основе информации о нем, а в основном на приписывании ему некоторых черт, которыми собеседник не всегда обладает. Можно сказать, что участники

коммуникации получают практически неограниченные возможности по представлению себя и управлению впечатлением о себе. Человек сам выбирает, кем он хочет быть, принимая различные образы или оставаясь полностью анонимным. Стремление к иному, чем в реальной жизни, поведению, приводит к ролевости – возможности участников общения презентировать себя с иной стороны, чем в условиях реальной жизни.

Таким образом, виртуальная коммуникация, будучи сравнительно новым явлением социальной жизни, играет значимую роль в современном информационном обществе, порождает новые повседневные практики взаимодействия со своими специфическими особенностями и проблемами, влияющими не только на самопрезентацию субъектов взаимодействия в сети, но и на восприятие социальной реальности в целом. Социальная сеть глазами пользователя в повседневной жизни представляет собой пространство для коммуникации, возможности выразить свое мнение, создавать и вступать в группы по интересам, публикации новостей, установления рейтинга самих участников и т.д. Тем самым, социальная сеть как новая форма межличностного взаимодействия ориентирована на удовлетворение различных потребностей своих пользователей. Особенности взаимодействия в социальных сетях основаны, прежде всего, на двух главных ценностях – свободной горизонтальной коммуникации и самонаправляемой организации. Главным субъектом взаимодействия в социальных сетях является пользователь, который, формализуя индивидуальный образ в виде «личной страницы», содержащей информацию о поле, возрасте, образовании, месте работы, месте жительства, семейном положении, интересах, вкусах, предпочтениях, постоянно может поддерживать связь с другими пользователями и выражать свое мнение. В социальных сетях общностное знание реализуется через создание личностного пространства участников сообщества, обретает личностно-ориентированные черты, и направлено на создание условий для самопрезентации с целью оптимизации коммуникаций участников сообщества. Акцент делается на необходимости организации личного пространства пользователей, а не на организации общего социального пространства, характерного для чатов, форумов. В целом, в социальной сети «личностно-ориентированное» знание является доминирующим, реализуемое через самопрезентацию, виды которой различны и ограничены техническими возможностями ресурса. К структурным характеристикам социальной сети относятся: отсутствие общего пространства взаимодействия для ее участников и отсутствие «одновременности взаимодействия»; необходимость построения личного пространства пользователей для самопрезентации; разделение всеми пользователями общностного знания. Также следует отметить такие характерные черты взаимодействия в социальных сетях как снижение

уровня анонимности, добровольность, затрудненная эмоциональность, которая компенсируется специально разработанной знаковой системой для передачи эмоций, ролевость, связанная с презентацией личности, отличающаяся иногда от реальной жизни.

В виду того, что коммуникативная роль социальной сети обусловлена процессами глобализации, урбанизации, а также внутренними психологическими мотивами и социальными потребностями современного человека, исследование данного вопроса является необходимым для дальнейшего углубленного изучения коммуникативных возможностей социальных сетей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Игнатъев, В.И. Виртуальное социальное действие и трансформация повседневных практик / В.И.Игнатъев, А.Н.Степанова //Вестн. Моск. Унта. Сер.18. Социология и политология. – 2010.–№ 3.– С. 91–103.
2. Кастельс, М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / М. Кастельс; пер. с англ. А.Матвеева под ред. В.Харитоновна. – Екатеринбург: У – Фактория, 2004. – 328 с.
3. Кончаковский, Р.В. Сетевое интернет-сообщество как социокультурный феномен: автореф. дис. ...канд. соц. наук: 22.00.06 / Р.В. Кончаковский. – Екатеринбург, 2010. – 22 с.
4. Лазаревич, А.А. Глобальное коммуникационное общество / А.А. Лазаревич. – Минск.: «Белорусская наука», 2008. – 349 с.
5. Малышко, А.А. Философские проблемы виртуальной реальности: (историко-философский анализ): автореф. дис....канд. философ.наук: 09.00.11 / А.А. Малышко: Мурманск, 2008. – 23 с.
6. Организация виртуального сообщества в сети Интернет / А.Ю. Орлов [и др.] // Информационные технологии. – 2008. – № 8. – С. 15 – 19.
7. Поправко, В.Н. Закрытое Интернет-сообщество как форма коммуникации в виртуальном пространстве / В.Н. Поправко // Вестник Томского государственного университета. – 2009. – № 322. – С. 52–54.
8. Штайншаден, Я. Социальная сеть. Феномен Facebook / Я. Штайншаден. – Санкт-Петербург: Мир книг, 2011. – 223 с.