

Руденко Юлия Юрьевна

Rudenko Yulia Yuryevna

аспирант кафедры ЮНЕСКО
Института государственной службы и управления
Российской академии народного хозяйства
и государственной службы при президенте
Российской Федерации

PhD Student,
UNESCO Department,
Institute of Public Administration
and Civil Service, Presidential Academy
of National Economy and Public Administration

ВИРТУАЛЬНЫЕ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ И ВОЗМОЖНОСТИ ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

VIRTUAL SOCIAL NETWORKS AND THE POSSIBILITIES OF THEIR USE IN SOCIOCULTURAL COMMUNICATION IN THE INFORMATION SOCIETY

Аннотация:

Активное развитие интернета, социальных медиа и их массовое использование широкими слоями населения в последние годы послужили причиной того, что процессы социо- и межкультурной коммуникации, культурной трансляции и многие другие культурные явления стали перемещаться в виртуальное пространство. Социальные сети сегодня выступают еще относительно новым, но динамично развивающимся информационным пространством, в котором в специфической для телекоммуникационных сетей виртуальной форме представлено большинство феноменов национальной и глобальной культуры. Автор делает вывод, что социальные сети наряду с другими социальными медиа могут быть использованы в рамках социокультурной коммуникации в качестве средств развития культуры и ее коммуникативных элементов. Примеры такого применения можно видеть в работе учреждений культуры в России и других странах мира.

Ключевые слова:

виртуальные социальные сети, социальные медиа, социокультурная коммуникация, межкультурная коммуникация, информационное общество, виртуальное пространство, интернет, культурная трансляция, культурные пространства, виртуальные сообщества.

Summary:

The active development of the Internet, social media and their mass use by broad segments of the population in recent years has caused the processes of socio-cultural and intercultural communication, cultural broadcasting and many other cultural phenomena to move into the virtual space. Social networks are still a fairly new, but dynamically developing information space, where most of the phenomena of national and global culture are represented in a virtual form specific to telecommunications networks. Virtual social networks, along with other social media, can be used in social and cultural communication processes. The examples of such use of social networks can be seen in the work of cultural institutions in Russia and in other countries of the world.

Keywords:

virtual social networks, social media, socio-cultural communication, intercultural communication, information society, virtual space, Internet, cultural broadcasting, cultural spaces, virtual communities.

Востребованность интернета и других медиа-ресурсов со стороны широких слоев населения в настоящее время стало причиной того, что социокультурное взаимодействие и межкультурная коммуникация, а также множество других культурных явления начали перемещаться в виртуальное поле. Эволюция коммуникаций, пройдя путь от устных традиций к письменным формам, а затем к аудиовизуальной и экранной культуре, «предопределила появление электронной коммуникации, которая воплотилась в интеграции различных способов коммуникации (устных, письменных, аудиовизуальных) в интерактивные информационные сети» [1, с. 21].

Виртуальные социальные сети появились в XXI в., хотя социальные сети (как сети общения) существуют с незапамятных времен и их закономерности давно служат предметом изучения социологов, философов, антропологов и культурологов. Термин «социальная сеть» впервые был применен в 1954 г. британским антропологом Дж. Барнсом. Он использовал его для описания изучаемых дружеских, родственных, классовых и других связей [2].

Еще в первые годы существования сети Интернет ученые обнаружили феномен формирования виртуальных сообществ. С точки зрения Г. Рейнгольда, под таким сообществом обычно понимается «самоорганизующаяся электронная сеть интерактивных коммуникаций, объединенная вокруг общих интересов или целей, хотя иногда коммуникация становится самоцелью» [3, с. 2]. Подобные сообщества в той или иной степени формализованы и могут формироваться

спонтанно в виде социальных сетей, которые подключаются к компьютерной сети, чтобы получать сообщения в избранной структуре времени.

В последние два десятилетия среди других интерактивных информационных сетей наибольшее развитие получили так называемые социальные медиа. Преимущественно они имеют глобальный и наднациональный характер, но также могут быть использованы для развития национальных культур. Стимулируемый глобализацией диалог культур способствует возрастанию внимания к национальным культурам и их специфическим проявлениям. Как отмечает А.Я. Флиер, «специфической сферой социокультурной коммуникации выступает *массовая коммуникация*, которая может быть определена как культурная область, состоящая из открытых, упорядоченных процессов трансляции социально значимой информации, поддающихся целенаправленному порождению и регулированию посредством СМИ» [4, с. 292].

Новые технические средства в области коммуникации, такие как интернет и возникшие на его базе социальные медиа (соцсети, блоги, мессенджеры), стали площадками для развития существовавших ранее культурных пространств и появления новых. Культурное и социально-культурное пространство может формироваться и развиваться при участии представителей как одной культуры, так и нескольких одновременно. Социальные медиа сегодня выступают естественной средой, в которой реализуются процессы культурного взаимодействия, диалога культур и межкультурной коммуникации.

Как при любом взаимодействии, при общении в виртуальном пространстве возникают специфические проблемы. Известны примеры таких феноменов, как столкновение культур, проявления национализма, религиозной нетерпимости и т. п. Поиском путей решения этих трудностей также занимаются культурологи.

Еще одним важным элементом развития культуры в условиях информационного общества является возможность трансляции культурного опыта. Культурная трансляция в рамках стремительно развивающейся системы телекоммуникаций становится институциональной основой усвоения и передачи социального опыта, необходимого для воспроизводства культуры. Изменения в видах коммуникации под влиянием новой чрезмерно насыщенной информационной среды, формируемой СМИ, телевидением, интернетом, социальными сетями, приводят к модификации содержания современной культуры, которое оказывается во все большей зависимости от информационной инфраструктуры и определяющих ее состояние информационных технологий и средств массовой коммуникации.

В настоящее время социальные сети используются не только для общения, но и для поиска работы, рекламы и продвижения продуктов трудовой деятельности, поддержания контактов с друзьями, родственниками, соотечественниками, соплеменниками и т. д., а также для сохранения и интенсификации связей внутри существующих культурных пространств и создания новых. Главная причина возрастающей популярности виртуальных социальных сетей, на наш взгляд, заключается в том, что людям всегда, еще задолго до появления любых технических средств коммуникации, было свойственно создавать сети общения, т. е. социальные сети. Сегодня технологии позволяют с легкостью реализовывать эти естественные желания, люди все чаще и шире используют данные ресурсы для формирования личных сетей общения.

С развитием средств массовой коммуникации и увеличением скоростей передвижения сокращаются географическая замкнутость и культурная автономия отдельных регионов мира. Сфера культурного общения постоянно расширяется, а его динамика возрастает. «Современный человек вырабатывает свою культуру не путем целенаправленной деятельности по дальнейшему развитию основ знаний, приобретенных им за годы образования, а под воздействием непрерывного потока отдельных элементов культуры, которые постепенно накапливаются в общем процессе культурной деятельности» [5, с. 98].

По мнению Е.Г. Ефимова, социальные сети представляют собой «доминирующий способ коммуникации социальных групп в интернет-пространстве», они «могут рассматриваться в качестве нового пространства социализации и фактора трансформации социокультурной среды региона» [6, с. 3]. В социальной сети каждый зарегистрированный пользователь способен влиять на получаемую информацию, выражать отношение к ней, размещать комментарий, который может стать началом дискуссии, обсуждения вопроса и т. д. Важной характеристикой социальных сетей является отсутствие единого центра или одного источника сведений.

Американский философ М. Постер обратил внимание на то, что интернет – это «децентрализованная технология» и «децентрализованная система коммуникации». До появления Мировой сети производством информационного товара занималась сравнительно небольшая группа людей – журналистов, телеведущих, корреспондентов, режиссеров радио и телевидения и др. В виртуальном пространстве производителями и потребителями информации являются сами

пользователи. «Интернет устанавливает новый режим отношений между человеческим и вещным миром, а также между материальным и нематериальным, перестраивая отношения технологии и культуры. Сеть влияет на дематериализацию коммуникации и, что важно, трансформирует субъективную позицию индивидов, вовлеченных в нее» [7, р. 405].

По мнению доктора наук в области социальных исследований Д. Маккуэйла, «важнейшим вкладом сети Интернет в архитектуру социальных сетей стало появление новых "комьюнити", т. е. сообществ, в которых могут появиться некоторые черты реального сообщества, включая взаимодействие, общие цели, чувство принадлежности, разнообразные нормы и правила поведения с возможностью исключить нарушителей» [8, р. 148].

Д.В. Павлик и С. Макинтош обращают внимание на то, что «социальные медиа принципиально отличаются от традиционных типов медиа, реализуя диалоговую стратегию передачи информации – "много источников и много приемников", в то время как традиционные медиа используют монологовую стратегию – "один источник и много приемников"» [9, р. 189].

Е.Л. Вартанова считает, что социальным медиа свойствен принцип партиципаторности, т. е. равноправия пользователей и организаторов сервиса в осуществлении коммуникационного процесса. «Медиа – как профессиональные, так и любительские – становятся технологически детерминированными общественными коммуникаторами, обеспечивающими не только однонаправленный коммуникационный процесс – от журналистов к аудитории, но и двусторонний, даже многосторонний коммуникационный процесс – от производителей содержания к аудитории и обратно» [10, с. 183].

В качестве наиболее важного последствия влияния социальных виртуальных сетей на социокультурное пространство необходимо выделить децентрализацию системы коммуникаций, предоставляющей максимум возможностей каждому участнику информационного сообщества в плане передачи, переработки, воспроизводства и производства социально значимой информации.

Социальные сети, мессенджеры, блоги сегодня активно и эффективно используются в работе таких учреждений культуры, как музеи, библиотеки, театры. Образовательные организации также берут их на вооружение, что стало особенно заметно в период пандемии. Информация, которую можно найти на сайтах этих учреждений, все чаще перемещается в виртуальные социальные сети, дублируется или дополняется на специальных страницах, в сообществах, группах. Это неслучайно, поскольку на социальных площадках по сравнению с обычными сайтами уровень обратной связи значительно выше. В соцсети пользователи могут прокомментировать публикацию, легко и быстро поделиться ею (сделать репост), оценить содержание, поставив лайк или дизлайк. Востребованность данных, размещенных в социальной сети, многократно возрастает относительно популярности сведений с обычного сайта. Публикация или новость может быстро распространяться по пространству одной социальной сети или нескольких (при помощи кроссреспостов – репостов из одной сети в другую). Информация может быть оценена аудиторией, а ее автор имеет возможность видеть, как «работает» публикация – распространяется, оценивается и т. д.

Функционал и технические возможности сайтов и социальных сетей постоянно развиваются, модернизируются. Появляются новые средства и методы ускорения распространения информации. Технологические свойства и коммуникационные возможности социальных медиа в рамках Всемирной информационной сети оказывают все большее влияние на механизм культурной трансляции. Значимость ее традиционных форм снижается, им на смену приходят инновационные варианты трансляции, сущность и содержание которых в значительной степени определяются функциональными ресурсами новейших информационных технологий.

В современном информационном обществе социальные сети и виртуальные сообщества представляют собой неотъемлемую часть социальной культуры. Кроме того, они становятся эффективно работающим пространством социо- и межкультурной коммуникации, средством развития как этнических и национальных культур, так и глобальной культуры. Совершенствование электронной культуры, о которой сегодня много говорят и пишут, невозможно без «развития инфраструктуры, обеспечивающей доступ к ресурсам цифровой культуры на любой территории», а также внедрения «визуальных и мобильных форм культуры не только в специализированном уровне культуры, но и в повседневной жизни» [11, с. 526].

Таким образом, социальные сети являются относительно новым, но динамично развивающимся информационным пространством, в котором в специфической для телекоммуникационных сетей виртуальной форме представлено большинство явлений национальной и глобальной культуры. Вопрос влияния виртуальных социальных сетей на механизмы социо- и межкультурной коммуникации в информационном обществе требует дальнейшего и более подробного изучения. Тем

не менее уже сейчас можно утверждать, что социальные сети вместе с другими видами социальных медиа могут выступать в качестве средств развития как современной культуры в целом, так и ее важных компонентов – социокультурной и межкультурной коммуникации – в частности.

Ссылки:

1. Шлыкова О.В. Культурные мультимедиа. М., 2004. 415 с.
2. Barnes J.A. Class and Committees in a Norwegian Island Parish // *Human Relations*. 1954 Vol. 7, iss. 1. P. 39–58. <https://doi.org/10.1177/001872675400700102>.
3. Рейнгольд Г. Умная толпа: новая социальная революция / пер. с англ. А. Гарькавого. М., 2006. 416 с.
4. Флиер А.Я. Культурология для культурологов : учебное пособие для магистрантов, аспирантов и соискателей, а также преподавателей культурологи. 2-е изд., испр. и доп. М., 2009. 705 с.
5. Моль А. Социодинамика культуры / пер. с фр. и предисл. Б.В. Бирюкова. 3-е изд. М., 2008. 416 с.
6. Ефимов Е.Г. Формирование социальных интернет-сетей как группового феномена виртуального пространства : автореф. дис. ... д-ра социол. наук. Волгоград, 2016. 41 с.
7. Poster M. CyberDemocracy: Internet and the Public Sphere // *American Cultural Studies* / ed. by J. Hartley, R.E. Pearson. Oxford, 2000. P. 402–413.
8. McQuail D. *Mass Communication Theory*. 6th ed. L., 2010. 632 p.
9. Pavlik J.V., McIntosh S. *Converging Media: A New Introduction to Mass Communication*. N. Y., 2014. 370 p.
10. Вартанова Е.Л. Теория медиа: отечественный дискурс. М., 2019. 224 с.
11. Астафьева О.Н., Никонорова Е.В., Шлыкова О.В. Культура в цифровой цивилизации: новый этап осмысления стратегии будущего для устойчивого развития // *Обсерватория культуры*. 2018. Т. 15, № 5. С. 516–531. <https://doi.org/10.25281/2072-3156-2018-15-5-516-531>.

Редактор: Тюлюкова Мария Олеговна
Переводчик: Бирюкова Полина Сергеевна