

СОЦИАЛЬНАЯ СТРУКТУРА И СОЦИАЛЬНЫЕ ИНСТИТУТЫ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

УДК 316.42

DOI 10.18522/2227-8656.2021.4.3

Тип статьи в журнале – научная

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ. ФОРМИРОВАНИЕ НОВОГО СОЦИАЛЬНОГО МИРА

SOCIAL NETWORKS. FORMATION OF A NEW SOCIAL WORLD

© 2021 г.

*Н. А. Васильев,
С. Н. Комиссаров **

© 2021

*N. A. Vasilyev,
S. N. Komissarov **

** Институт социологии РАН Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН, г. Москва, Россия*

** Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences, Federal Research Sociological Center of RAS, Moscow, Russia*

Цель исследования: определить характер, способы и результаты влияния Интернета и социальных сетей на все сферы общественной жизни современного общества.

Objective of the study is to determine the nature, methods and results of the Internet and social networks' influence on all spheres of public life of modern society.

Методологическая база исследования основана на социокультурном анализе трансформаций информационного пространства благодаря развитию Интернета и социальных сетей, благодаря которому происходят существенные качественные преобразования социальной ткани общества, духовно-ценностного, культурного и практически всех других измерений жизни человека.

The methodological basis of the research is based on the socio-cultural analysis of the transformations of the information space due to the development of the Internet and social networks, due to which there are significant qualitative transformations of the social fabric of society, spiritual-value, cultural and practically all other dimensions of human life.

Результаты исследования. Результатом воздействия Интернета и социальных сетей на общественное сознание и повседневную жизнь всех слоев населения становится появление нового социального мира. Он по всем параметрам все в большей степени отличается от исторически сложившегося образа жизни многих поколений, основанного на традиционных, в том числе национальных, ценностях культуры.

Research results. The result of the impact of the Internet and social networks on the public consciousness and the daily life of all segments of the population is the emergence of a new social world. In all respects, it is increasingly different from the historically established way of life of many generations, based on traditional, including national cultural values.

Перспективы исследования. Тема исследования представляется одним из наиболее актуальных направлений в изучении общественных наук, прежде всего социологии, призванной

Prospects of the study. The research topic is considered to be one of the most relevant areas of research in the social sciences and, especially, sociology, which is designed to record objective

зафиксировать объективные изменения социального облика современного общества, содержательных характеристик ценностного сознания, особенностей культуры и в целом динамики социокультурного развития общества.

changes in the social appearance of modern society, the content characteristics of value consciousness, the peculiarities of culture and, in general, the dynamics of socio-cultural development of society.

Ключевые слова: новый социальный мир (НСМ); глобальность; Всемирная сеть; социальные сети; медиа; контент; пользователи; санкции; журналисты; блогеры; публицисты.

Keywords: new social world (NSW); globality; world wide web; social networks; media; content; users; sanctions; journalists; bloggers; publicists.

Введение

В начале XXI в. человечество вышло на высочайший уровень технического прогресса.¹ За всю историю развития общественных отношений люди не совершали такого стремительного перехода от традиционной очной формы общения к виртуальной форме общения на расстоянии. Еще никогда личная форма общения не оказывалась вторичной по отношению не только к рабочим и бизнес-отношениям, но и к родственным отношениям близких людей. Применительно к нашей стране еще в начале 2000-х гг. ученые отмечали, что «использование компьютера и пользование Интернетом – до сих пор не слишком распространенные практики среди россиян». В то время большинство наших граждан от 16 до 65 лет никогда не пользовались компьютером и 70 % – Интернетом (Материальное положение россиян..., 2008. С. 4). Сегодня 80 % населения России в возрасте старше 12 лет имеет регистрацию, или, как говорят на профессиональном языке, аккаунт, в социальных медиа. На долю России приходится более 70 млн зарегистрированных пользователей. Уровень проникновения Интернета в российское общество составляет 90 %, степень сетевого охвата превышает 90 %. В мире в целом число пользователей социальных сетей уже превысило 5 млрд человек. Только одна из них – Facebook – в 2020 г. перешагнула отметку в 3 млрд пользователей.

Критический анализ литературы

Естественно, новые социальные коммуникации привлекают все большее внимание не только зарубежных (М. Кастельс, Н. Луман, М. Маклюэн, А. Моль, Г. Рейнгольд, Ю. Хабермас, К. Шеннон и др.), но и отечественных исследователей, в том числе тех, кто анализирует различные аспекты экспоненциально расширяющегося информационно-сетевого про-

¹ XXI век: век бескрайних технологических возможностей и конечных человеческих стремлений. 2013. https://pikabu.ru/story/xxi_vek_vek_beskraynikh_tekhnologicheskikh_vozmozhnostey_i_konechnyikh_chelovecheskikh_stremleniy_1711173

странства (Е. Батаева, И. Бронников, А. Воронкин, Т. Владимирова, Д. Гавра, М. Галиуллин, П. Ганский, Г. Ефимова, А. Заморкин, Е. Зюбан, П. Карпов, В. Конецкая, Н. Лыфенко, Г. Малышева, А. Мамедов, О. Михайленок, М. Назаров, И. Панченко, Г. Почепцов, А. Романов, Р. Селезнёв, Е. Скрипак, В. Терин, Л. Федотова, В. Шабаев и др.).

Методы и методология

Для понимания сущности чрезвычайно сложных и противоречивых тенденций изменения российского информационно-культурного пространства необходимо применение различных способов изучения Интернета как социальной системы и сетевого взаимодействия как технологии нового типа коммуникаций между людьми. Необходимость применения системного метода диктуется сложностью и многомерностью этого нового явления общественной жизни, все более заметно определяющей духовную жизнь и социальное поведение людей независимо от возраста, уровня образования, места проживания и т. д. При этом важно учесть стремительное усложнение самой структуры Интернета и разрастание социальных сетей, охватывающих весь мир. Нельзя не учитывать политический и экономический аспекты развития Интернета и социальных сетей, приводящего фактически к социальному эффекту, который вполне сопоставим по внутренним механизмам и социальным последствиям с воздействием на человеческий организм раковой опухоли, подчиняющей здоровые клетки. Это обстоятельство диктует исследовательский синтез различных наук – от информатики и социологии до культурологии и политологии, который должен быть если не организационно, то исследовательски согласован. Продуктивная, на наш взгляд, методология исследования основана на социокультурном анализе трансформационных процессов в этой сфере, результатом которых становятся существенные качественные преобразования социальной ткани общества, духовно-ценностного, культурного и практически всех других измерений жизни человека.

Эмпирическую базу статьи составили данные исследовательской компании Mediascope, американской компании Nielsen и Исследовательского центра АКАР/РАМУ/ИАВ Russia, а также информационно-аналитические ресурсы и статистические данные социальных сетей (Facebook, «ВКонтакте», TikTok, Twitter, Instagram, YouTube и др.), социальных (Google, Yandex, Mail, Rambler) и образовательных (LinkedIn) платформ, социальных сервисов и мессенджеров (Telegram, WhatsApp, Viber), музыкальных, кино- и видеосервисов (Apple TV, Netflix и др.), а также база данных Wikipedia и т. д.

Результаты исследования

Основываясь на анализе этих данных и результатах различных исследований, можно констатировать, что «из специализированной компьютерной сети Интернет за короткий срок приобрел черты социальной системы» (Силаева, 2008. С. 101) и составляет ныне «новую социальную морфологию (структуру) обществ» (Владимирова, 2011. С. 123). В течение первых двадцати лет нового столетия формы человеческих коммуникаций изменились настолько, что возврат к предыдущим, традиционным отношениям уже невозможен. Мы наблюдаем возникновение, рост и развитие нового социального мира (НСМ), исследование которого привлекает внимание представителей различных наук и требует особых методов (Батаева, 2011).

В настоящее время происходит самое мощное в истории разделение человеческого сообщества на большое новое социальное общество (НСМ) и остатки традиционного общества, которые маргинализируются и сплываются вокруг своих традиционных ценностей: нации, религии, традиционной семьи, традиционных культурных ценностей, традиционной морали и нравственности. НСМ – это новые виды социальных и культурных коммуникаций, включая социальные сети, поисковые ресурсы, музыкальные сервисы, бесплатные игры онлайн в мобайле, мессенджеры, программы для ведения видеоконференций, другие онлайн-коммуникаторы и тематические сервисы (Панченко, 2018). Всё это – система взаимоотношений, понятий и взаимодействий в новом виртуальном мире, охватывающая весь реальный человеческий мир, все виды человеческой деятельности, все социальные группы и формирующая новое сознание и поведение людей на основе жестких законов и правил, разработанных социальными сетями.

НСМ – это эволюционирующий организм, способный к регулярному самоанализу по любым параметрам, имеющий возможность всестороннего анализа пользователей, вплоть до предиктивного анализа их будущего поведения. НСМ позволяет иметь онлайн информацию о любом пользователе, группе пользователей и формировать абсолютный и достоверный портрет любого пользователя или группы пользователей на основе математических моделей высокой точности (Заморкин, 2013). НСМ знает все о каждом за счет не только информации самого пользователя, но и информации о пользователе из других источников, взаимодействующих в НСМ.

Прежде всего, необходимо отметить политический аспект новых каналов коммуникации как «принципиально новых... способов комму-

никационного взаимодействия между индивидами, институтами и властью», приводящих к тому, что политика в наше время «все чаще переходит из области офлайна (реальная область) в область онлайн (виртуальная область), политическая коммуникация адаптируется к требованиям и принципам Сети» (Бронников, 2011. С. 3). Сущность происходящих трансформаций политического пространства наглядно выразил не профессиональный политолог, а известный поэт: «Благодаря Интернету, который представляется его апологетами “пространством свободы”, не подконтрольным государству, полем свободной критики и социально-политического протеста, энергия этого протеста уведена в виртуальное пространство, где ты можешь говорить и писать действительно все, что захочешь. Но оставаясь в реальной жизни рабом, не способным изменить что бы то ни было. Политическая сущность Интернета – чучело свободы» (Бобров, 2009. С. 6).

Вывод социологов, исследующих социальные сети, однозначен: они превратились в «мощный инструмент воздействия граждан на политическую власть», стали «благоприятной средой для массивной обработки общественного сознания и широкомасштабных политических манипуляций», что позволяет исследователям сделать вывод о том, что «социальное киберпространство... и сети виртуальной коммуникации начинают выполнять политическую функцию и, по сути, становятся политическими сетями» (Михайленок, 2019).

Основными характеристиками нового социального общества являются новые социальные сервисы, бесплатный доступ к развлекательным сайтам, огромный образовательный и развлекательный контент. В действительности социальные сети, новые медиа изначально противопоставили себя традиционному обществу и стремятся к его разрушению и созданию новых социальных отношений. В этой связи нельзя не согласиться, что, «по мнению многих западных исследователей, виртуальные сообщества следует воспринимать как вполне реальные социальные образования» (Батаева, 2011), по отношению к которым следует выдерживать исследовательский этикет.

Новое социальное общество строится по плану и нужно, прежде всего, США, Евросоюзу, тем, кого мы называем западной (англосаксонской) цивилизацией. Очевидно, что социальные сети направлены против крупных национальных государств, образующих собственные цивилизации – центры силы и притяжения: Китая, Индии, России, Ирана, арабских государств.

В информационно-технологическом отношении НСМ стал самой большой и мощной в истории человечества системой сбора, анализа и

хранения информации (Шаль, 2017). Потенциальные возможности этой системы позволяют осуществлять контроль над любым пользователем, полностью владея личной, интимной, социальной информацией о каждом – от его сексуальных пристрастий до политических воззрений. Пользователь социальной сети – это юзер, регулярный потребитель, член НСМ. Как правило, пользователь НСМ вовлечен в разные социальные сети и сервисы, что, с одной стороны, дает пользователю максимально комфортный и быстрый доступ к сервисам, с другой – полностью открывает профиль пользователя. Иначе говоря, НСМ получает и обрабатывает такой массив информации, который позволяет с максимальной точностью дать столько информации о любом человеке, сколько он не знает про себя сам, вплоть до детальной истории образования, здоровья, потребления и т. д.

НСМ охватывает всё общество. Однако это не только социальные сети Facebook, «Одноклассники», «ВКонтакте», «Мой мир», TikTok, Twitter, Instagram, YouTube и другие, но и различные социальные сервисы и мессенджеры (Telegram, WhatsApp, Viber), музыкальные сервисы и кино- и видеосервисы (Apple TV, Netflix и др.), включая мощнейшие социальные платформы, почтовые сервисы и поисковики (Google, Yandex, Mail, Rambler), сетевые платежные системы (PayPal, Apple Pay и др.), систематизированные базы данных и электронных энциклопедий (Wikipedia), а также образовательные и бизнес-платформы (LinkedIn и др.), объединенные в отдельные экосистемы, предоставляющие пользователю максимум услуг.

Социальная сеть – это онлайн-платформа, позволяющая пользователю бесплатно осуществлять взаимоотношения с другими людьми на любой удобной для человека основе: родственные связи, рабочие контакты, общие интересы, хобби, взаимодействие на основе любых контактов, мероприятий, религиозных и национальных интересов. Социальная сеть объединяет людей по любому удобному материальному или социальному признаку, интересу и позволяет обмениваться в онлайн-режиме любой информацией. Аккаунт, личный кабинет – личное место, окно пользователя в НСМ. Через аккаунт, личный кабинет происходят взаимоотношения пользователя со всеми остальными пользователями. Пользователь оформляет личный кабинет по своему вкусу и по своим интересам. В личном кабинете может быть столько информации, сколько хочет выложить сам пользователь. Это могут быть краткие упоминания о каких-то событиях и никнейм (кличка, логин) пользователя в социальной сети, а может быть полная информация о личной жизни пользователя, подкрепленная тысячей фотографий.

Социальные сети и сервисы достигли такого уровня, что способны оказывать влияние на все сферы жизни большинства людей вне зависимости от пола, возраста, семейного и социального положения (Ефимова, 2016). Главным фактором коммуникационных изменений НСМ является глобальность (Понарина, 2011). Формы и типы передачи и получения информации впервые в истории человечества охватывают не отдельные очаги цивилизации, оставаясь доступными для ограниченного круга лиц, а представляют собой общедоступные глобальные цифровые ресурсы с элементарными функциями по обслуживанию и эксплуатации.

Фактически любой житель планеты вне зависимости от географии проживания и уровня жизни имеет возможность подключения к Всемирной сети. Стоимость подключения и пользования Интернетом постоянно снижается, а количество и скорость передачи контента постоянно возрастают. И это уже не тенденция, а настоящий НСМ, который мы наблюдаем на примере развития социальных сетей, количество пользователей которых уже превысило 5 млрд человек. Например, социальная сеть Facebook перешагнула в 2020 г. отметку в 3 млрд пользователей.

В отличие от старших групп молодые возрастные группы, т. е. те, кто родился после 1995 г., не представляют себе жизнь без Интернета и социальных сетей. При этом мы находимся в ситуации, когда полноценная современная жизнь неразрывно связана с Интернетом (Ганский, 2015). По данным компании Nielsen, 98 % представителей молодых возрастных групп регулярно пользуются социальными сетями и/или имеют один или несколько аккаунтов в социальных сетях. Осталось констатировать, что абсолютное большинство молодежи уже находится в НСМ.

Социальные сети, или новые медиа, распространяются не только на экономически развитые государства, но и на другие, включая такие густонаселенные страны, как Индия, Китай, Индонезия и т. д. Таким образом, мы наблюдаем всемирный тренд по перемещению людей, прежде всего молодых поколений, в новую социально-экономическую, потребительскую, а главное – культурную реальность – в НСМ (Ганский, 2015).

Кроме вышеописанного фактора глобальности, необходимо выделить фактор скорости и легкости перехода в НСМ. При анализе современных тенденций почему-то забывается или просто не афишируется тот факт, что социальные сети предоставляют любому желающему абсолютно бесплатный доступ. Это очень важный момент, который позволяет социальным сетям постоянно увеличивать количество пользователей, априори беря на себя расходы по содержанию аккаунтов, их работоспособности и, главное, хранению огромного массива информации, в том числе фото и видео контента. По сути, НСМ берет на себя нагрузку

по хранению петабайтов информационного мусора, ежедневно заполняющего социальные сети, прежде всего Instagram, Facebook, TikTok, Twitter (Романов, 2020).

Кроме вышеперечисленных, есть еще ряд факторов, четко формирующих НСМ. Это фактор антинациональный, космополитический. Все крупнейшие социальные медиа (Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, Wikipedia, Google) создают новый наднациональный мир, в котором национальные границы сознательно стираются. Более того, группы по национальному признаку или группы, демонстрирующие национальные признаки, банятся, что на языке социальных сетей означает «закрываются», «убиваются», «ограничиваются в правах»¹. Космополитизм социальных сетей стирает культурные основы наций, порождая примитивный интернационализм с примесью толерантности, под которой большинство участников понимают терпение к проявлению нетрадиционных форм человеческого общения, прежде всего сексуального характера.

Еще одним важным фактором, формирующим НСМ, является время, свободное время человека. Социальные сети претендуют на всё время человека, предоставляя ему безграничные возможности его «реализации». Прежде всего, это досуг, развлечения, на языке социальных сетей – интертеймент (Селезнёв, 2013). Любому пользователю предоставляются безграничные и бесплатные игровые возможности одновременно с возможностями по общению, чтению, фото- и видеосмотру.

Человек погружается в НСМ настолько, что уже не видит обычных развлечений в офлайне, т. е. в обычной жизни. На любой вкус и цвет игры – как одиночные, так и сетевые, агрессивные и не очень, одноразовые и постоянные. Игровой и видеоконтент затягивает людей настолько, что они ради него готовы жертвовать своей реальной жизнью. По данным компании «Медиаскоп», ежедневная продолжительность нахождения в сети рядового пользователя составляет в среднем три часа, и этот показатель постоянно растет и становится угрожающим, ведь раньше столько времени проводили за телевизором только отдельные группы пенсионеров, а теперь этот фактор не связан с возрастом, уровнем жизни и доходом². Большинство участников игр – это не дети, как принято считать, а люди в возрасте 35–50 лет. Причем половина из них – женщины.

Ситуация дошла до того, что большинство крупных компаний ввели ограничения на вход в социальные сети во время рабочего дня. Но

¹ Twitter запретил оскорбления по расовому или национальному признаку. URL: <https://tass.ru/obschestvo/10158837>.

² Тематические предпочтения россиян в Интернете на десктопе изменились во время самоизоляции. URL: <https://mediascope.net/news/1165276>.

пандемия коронавируса разрушает эти ограничения, резко снижая производительность труда на удаленке во всем мире. Большинство сотрудников самих социальных сетей чувствуют внутреннее выгорание. Большинство сотрудников компаний Кремниевой долины (68 %) отметили, что чувствуют себя более измотанными, чем во время работы в офисе до начала пандемии коронавируса. Об этом сообщает портал Business Insider со ссылкой на опрос сервиса Blind в ноябре 2020 г. В исследовании участвовали более 3 тыс. работников Amazon, Microsoft, Google и Facebook. По сравнению с опросом в феврале 2020 г. доля респондентов, которые сообщили о выгорании на работе, выросла с 61 до 68 %. Большинство из них работают в Facebook (81 %) и Google (79 %). Около 60 % сотрудников заявили, что работают больше и дольше, чем до пандемии. В Amazon и Microsoft об этом сообщили 67 и 70 % сотрудников соответственно, в Google и Facebook – половина. Респонденты отметили, что на удаленке у них появились такие проблемы, как трудности с балансом между работой и личной жизнью и усталость от видеочатов (Гурова, 2020). Пандемия коронавируса фактически ускорила процесс перехода в НСМ отдельных маргинальных групп, которые до пандемии имели шансы не смешивать традиционную реальность с жизнью онлайн. Прежде всего, это группа, в которую можно объединить сотрудников компаний, обслуживающих НСМ; вторая большая группа объединяет самые старшие возрастные группы, которые уже не планировали приобщаться к новым медиа, но были вынуждены это сделать из-за строгих ограничений и карантина (оказание услуг через Интернет, покупка продуктов и услуг, электронное оформление документов и т. д.).

Фактор времени, которое поглощает НСМ, ничем не компенсируется. Фактически человек оказывается наркотически привязанным к новым медиа, формируя свои привычки уже в сети. Безграничность интернет-пейзажа и уничтожение традиционных национальных и культурных общественных ограничений способствуют его расширению в новые области (Пастухов, 2012). И это не только возможность беспрепятственно стать участником какой-нибудь нетрадиционной сексуальной группы, это еще и прямая и легкая возможность заниматься душевным стриптизом, под которым мы понимаем открытый обмен данными личного характера, не имеющими непосредственного отношения к большинству пользователей.

То, что в традиционном обществе считалось темой для ограниченного числа лиц, чаще всего было ограничением по родственным связям и касалось какой-то отдельной семьи, теперь может быть темой обсуждения широкого круга читателей или зрителей. То, что большинство из

нас считало интимом, перестало им быть, то, что раньше обсуждали муж с женой, стало доступным для всех жителей нового мира (вынос на всеобщее обсуждение противоречий и ссор, личных недостатков и недоразумений, открытое обсуждение физического и нравственного состояния близких людей, обсуждение подробностей семейного быта и т. д.). Такая трансформация личностных отношений не может не отразиться на внутреннем мире человека, нравственной парадигме микрогруппы (семья) и всего общества в целом. Последствия такой трансформации вряд ли будут мгновенными и однозначными, однако через какое-то – и достаточно короткое – время человек окажется в НСМ, который будет жить по иным правилам, чем сегодняшний мир.

Еще одним важным фактором быстрого создания и формирования НСМ является информация. Ее создание, получение и анализ раньше были предметом личного общения между людьми, а также предметом передачи через традиционные СМИ. Теперь социальные сети предлагают любую информацию. Нет необходимости в традиционных СМИ и межличностном общении. В сети есть любая информация, включая общественно-политическую, социальную и тематическую. В сети можно узнать всё¹. Даже Гугл отстает от социальных сетей по количеству обсуждаемых тем. Отпала необходимость искать интересующую информацию, нужен только вход в НСМ. Какие-либо духовные, нравственные и любые другие барьеры по теме запросов отсутствуют: что хотим, то и спрашиваем. Такая беспредельная «свобода» получения информации на самом деле приводит к тяжелейшим последствиям, связанным с высоким уровнем доверия к социальным сетям, особенно среди молодых возрастных групп. Возьмем предельно конкретный пример, связанный с информацией медицинского характера, которая без профессиональной апробации вредоносна и социально недопустима. Решение медицинских вопросов в сети, прислушивание к мнению непрофессионалов приводят к осложнениям болезней и проблемам с их лечением.

Важный фактор НСМ – иллюзия успешной работы и легкого обогащения. Миф о том, что в социальных сетях можно зарабатывать обычным пользователям, носит глобальный характер. Он специально навязывается молодым социальным группам (Лыфенко, 2014). Во-первых, это значительно снижает социальную напряженность в обществе. Создается иллюзия того, что можно заработать на новом бизнесе в сетях, на так называемых стартапах, под которыми большинство пользователей социальных медиа понимают электронные сервисы, позволяющие людям

¹ VS.RU. Социальные сети как информационный ресурс. URL: <https://vc.ru/u/528817-margarita-tomazova/133677-socialnye-seti-kak-informacionnyy-resurs>.

упростить получение той или иной информации, оптимизировать те или иные действия в сети, например сервисы доставки еды, маркетплейсы по закупке товаров, программы по автоматизированному размещению рекламы для отдельных целевых групп и т. д. Во-вторых, это психологическое обоснование бездеятельности нахождения в сети. Появились новые профессии: блогеры, инфлюенсеры, диджитал-продюсеры и др. Да, несомненно, есть такие виды рекламы. Несомненно, огромные аудитории социальных сетей привлекают рекламодателей. В мировом масштабе уже произошел стратегический перелом в пользу Интернета – все развитые рынки тратят больше на рекламу в сети, чем в традиционных СМИ. В России этот перелом также произошел в 2019 г., когда расходы на рекламу в Интернете превысили доходы от рекламы на телевидении¹. В 2019 г. в России, по данным Ассоциации коммуникационных агентств России, на рекламу товаров и услуг в сети было потрачено около 200 млрд руб., в 2020 г. эта цифра возросла до 230 млрд. Для сравнения, на ТВ рекламные затраты составили 178 млрд руб., а совокупный рынок рекламы в России, включая маркетинговые и креативные услуги, – приблизительно 800 млрд руб. Однако миф «иллюзия работы» это не о рекламных компаниях, а о частных лицах в сети, которых в России 80 %, примерно 100 млн чел. Среди них приблизительно 15 млн пытаются построить бизнес в сети, развивая собственные аккаунты для увеличения числа подписчиков, ожидая последующую капитализацию. Однако только 5 % становятся блогерами и инфлюенсерами, только единицы выходят на уровень постоянного дохода больше 15 тыс. руб. в месяц. И только 15 тыс. блогеров и инфлюенсеров зарабатывают в сети больше 100 тыс. руб., но, как правило, это аккаунты, созданные рекламными агентствами и продюсерскими центрами. Для создания собственного бизнеса в сети необходимы значительные инвестиции, которых у обычных пользователей просто нет.

Таким образом, можно сделать следующие выводы. В 2020 г. социальными сетями, новыми медиа создано новое социальное пространство, новая социальная реальность, которую можно назвать НСМ. Он создан на основе вышеуказанных факторов и является сложившейся, постоянно обновляемой и постоянно растущей системой взаимоотношений между людьми, втягивающей новых участников всех возрастов, национальностей и т. д. Пандемия коронавируса только ускорила окончательное формирование НСМ. При этом не вызывает сомнений, что НСМ создается искусственно, и его создатели имеют четко поставленные цели.

¹ RBC. Реклама в Интернете впервые обогнала ТВ. URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/11/03/2019/5c8619ce9a79473741c1055f.

Лучшим доказательством этого является... закрытость самого открытого и всеобъемлющего способа общения людей...

Доказательством этого являются санкции, которые применяются всесильными и безликими информационными структурами к журналистам, блогерам, публицистам – вообще ко всем, кто выдает аналитическую информацию о социальных сетях.

Большинство социологических статей и околосоциологических материалов, которые появились за последний год на просторах Интернета, носят исключительно описательный характер. Существующие социальные сети и сервисы рассматриваются через их статистические данные и маркетинговые показатели. В этом вы можете убедиться по многочисленным ссылкам в конце статьи. Во всех материалах перечисляется качество и количество пользователей, рост их количества, время нахождения в сети, использование различных сервисов, другие цифры, показатели, возможности¹. Также есть материалы, в основном американские, об исследованиях влияния социальных медиа на здоровье подростков. В принципе, основной вывод в том, что «чрезмерное употребление социальных медиа вредит здоровью».

Контент-анализ материалов о сетях, о новых медиа показывает, что большинство авторов не готовы делать серьезные выводы о текущем и будущем состоянии социальных медиа. При этом не готовы даже к краткосрочному прогнозированию развития сетей и сервисов, которых вместе мы называем НСМ. Почему авторы материалов о социальных сетях и сервисах чаще всего занимаются описанием их объемных и количественных характеристик, контента, пользователей и пользовательских групп? (Воронкин, 2014).

Такая ситуация возникает в двух случаях. Первый, когда существует видимое или невидимое табу на критику. В нашем случае – абсолютно невидимое. Критические материалы снимаются, убираются, жестко редактируются, поэтому их и нет. Легкая критика – да. Что-то серьезное, полноценное – нет. То, что может вредить здоровью в неразумных количествах, – да, то, что может навсегда не только сделать человека социальным калекой, но и нанести непоправимый вред здоровью, – нет. Второй, когда критика может привести не только к жесткой цензуре материала, но и к серьезным негативным последствиям лично для автора. Одно дело, когда тебя отредактировали или отказываются печатать, другое дело, когда ты подвергаешься санкциям как автор.

¹ WebCanape. Вся статистика Интернета и соцсетей на 2021 год – цифры и тренды в мире и в России. URL: <https://www.web-canape.ru/>.

Это очень важное заключение, так как при критическом, негативном, сомневающемся отношении к социальным сетям невидимая рука НСМ стремительно действует именно так. Включаются санкции (Князева, 2013). Вначале задача этих санкций – максимально отредактировать в «нужном направлении» ваши материалы, желательно вашими же руками, а также максимально сократить их распространение в сети. На следующем этапе санкционная задача расширяется до физической ликвидации вашего «неправильного» материала. Опять же желательно вашими же руками. Если вы этого не делаете, невидимая рука нового социального правосудия обеспечит вам быстрое и безвозвратное удаление материала (Тарануха, 2018). Если вы продолжаете сопротивляться, вас просто закроют. Ваш аккаунт будет удален из сети. И вы больше не существуете, вас навсегда отправили на остров, а на самом деле ликвидировали, как это происходило в знаменитом одноименном фильме «Остров» М. Бея.

Важное значение для понимания механизмов деятельности социальных сетей имеют **санкции ко всем «неправильно мыслящим»**. Отключение «провинившихся» от социальных сетей практикуется давно. Просто до последнего времени это не носило массового характера, да и сами сети всегда купируют негативную информацию о себе. Вы могли бы столкнуться с этим только в том случае, если бы это касалось вас или ваших близких людей. Но недавний конфликт в США катализировал процессы, которые еще долго могли бы быть неизвестны большинству пользователей. Президент США Д. Трамп был отключен от социальных сетей! Одновременно были отключены тысячи его сторонников. Отключению подверглись как конкретные люди, так и отдельные группы, даже целые локальные сети¹. Это очень показательный момент, свидетельствующий о власти информационной олигархии. Санкции включаются незамедлительно по отношению не только к журналистам, блогерам и публицистам, но и ко всем остальным – от простых пользователей до известных политиков, бизнесменов, ко всем несогласным с какими-то навязываемыми установками.

Если человек является одновременно и пользователем, и журналистом, и критиком, и политиком, то судьба его вдвойне печальна. Отключенный от сети человек превращается в изгоя. Человек выпадает из «нормальной жизни». В НСМ потеря аккаунта в сети как потеря квартиры – человек становится бомжом, его выбрасывают на историческую, социальную, психологическую свалку. С ним прекращают общаться и

¹ Википедия. Блокировка Дональда Трампа в социальных сетях. URL: [https:// ru.wikipedia.org/wiki/Блокировка_Дональда_Трампа_в_социальных_сетях](https://ru.wikipedia.org/wiki/Блокировка_Дональда_Трампа_в_социальных_сетях).

быстро забывают¹. Что тут говорить, если даже функцию напоминания, когда у человека день рождения, сети взяли на себя очень давно. Сеть ежедневно подсказывает тебе, у кого из твоих знакомых и друзей, естественно, находящихся в сети, день рождения. Удобно и просто. Но если тебя убрали из сети, нет человека, нет поздравления.

При этом НСМ, вооруженный последними изобретениями тотального контроля, начинает методично пресекать ваши попытки к восстановлению в сети. Включаются все технологии – от анализа вашего круга общения до постоянной слежки за вашими изображениями. Включается так называемый face control, доведенный до совершенства, распознающий вас с любой мимикой, с любой стрижкой и цветом волос. Именно поэтому выпавшие из НСМ люди, пытающиеся создать новый аккаунт под псевдонимом, все равно вычисляются и, как говорят на современном сленге, банятся, т. е. аккаунты закрываются, человек выбрасывается.

На сегодняшний день мы дошли до такого уровня погружения в социальные сети и сервисы, что сами, по своей воле становимся их добровольными и постоянными заложниками (Галиуллин, 2015).

Надо отметить, что постоянно расширяются и обретают все более системный характер жесткие правила, которые фактически превращаются в новый свод законов, по которым живут миллионы людей, хотя разрабатываются не законодательными органами власти и самими субъектами информационного рынка. Ведь еще один важный феномен развития НСМ заключается в беспрепятственном входе в него любого человека, без объяснения правил игры, а на самом деле без объяснения правил новой жизни. Еще никогда человечество не сталкивалось с такой ситуацией. 95 % пользователей социальных сетей не читали правила их использования. Это касается и старших, и молодых возрастных групп. Представьте себе ситуацию, когда мы идем в лес за грибами. Масса правил. Как ходить, чтобы не заблудиться, не потерять друг друга из виду, не наколоться на ветку, не собрать поганки и т. д. И вот, пожалуйста, представьте, что все подряд, включая самых молодых и юных, идут в незнакомый лес сами по себе, в разные стороны, кто куда хочет. Никто никому не объясняет правила, не дает советов, а что их давать-то? Там ведь, в лесу, всё понятно.

На самом деле в социальных сетях и сервисах жесткие правила. И жесткие санкции – часть этих правил². Если рассмотреть их квинтэссенцию, мы обнаружим следующее. Нарушение многочисленных правил поведения, общения и размещения материалов в сети сначала ведет к предупреждению

¹ Рамблер. Как зависимость от соцсетей превращается в психологическую проблему человечества. URL: <https://news.rambler.ru/>.

² Там же.

и удалению «неправильной» информации, а при повторе – к отключению. При этом ваши нарушения в сети изначально оцениваются как неслучайные и злоумышленные¹. Можно предположить, что правила понятные. Нельзя ругаться, сквернословить, оскорблять других пользователей, понятно, что нельзя проявлять ненависть и злобу по отношению к другим членам по любым признакам, включая половые, религиозные, расовые и т. д. Это понятно. Нельзя выкладывать, как говорят на современном сленге, постить картинки, фото, видео порнографического содержания и т. д. Но все нарушения оценивает сама сеть, невидимый прокурор будет решать, относится ли опубликованная вами «Обнаженная женщина, вид сзади» В. Ван Гога к порнографии. У вас не будет шансов на адвоката и на пересмотр дела.

Сущностной отличительной чертой социальных сетей становится новый способ передачи опыта и знания, о котором не пишут в материалах о социальных сетях.

На протяжении тысячелетий происходила передача опыта старших поколений младшим. От прадеда к деду, от отца к сыну, от старших членов семьи к младшим. НСМ полностью меняет традиционный уклад. Больше нет необходимости в опыте и знаниях предков, любой опыт и любые знания поможет вам моментально получить социальная сеть. Вы можете беспрепятственно стать членом любого сообщества, группы в сети для получения определенных знаний и опыта. Более того, в сетях существуют образовательные сервисы, а помимо них, отдельно, но в полной связке с сетью существуют специализированные сервисы по обучению онлайн, которые позволяют вам пройти курс видеолекций на любую тему, стать участником вебинара или заниматься тем или иным предметом с преподавателем онлайн.

В видеообучении можно найти массу плюсов. Вам не надо никуда выезжать, вы не тратите время и деньги на перемещение по городу, бережете свои нервы и здоровье и т. д. Даже диплом об окончании каких-нибудь виртуальных курсов вам привезут прямо домой. Но в итоге все это подрывает основы настоящей жизни, мы сами себя загоняем во второсортный мир, в котором все будет второсортное. А настоящий, реальный мир останется избранным. Никогда Йель или Манчестер не станут виртуальными. Там будут продолжать учиться так, как учились сто лет назад, только доступно это будет отдельной группе людей. Так же как другие реальные, натуральные вещи, продукты и сам реальный мир с его природой, животными, птицами, который мы сейчас стремительно теряем².

¹ Studbooks.net. Причины нарушения целостности информации. URL: https://studbooks.net/2029797/informatika/prichiny_narusheniya_tselostnosti_informatsii.

² Hi-News.ru. Симуляция или нет? Почему некоторые ученые полагают, что наш мир нереален? URL: <https://hi--news-ru.turbopages.org/>.

Таким образом, мы можем четко констатировать, что социальные сети добровольно и бесплатно принимают в свои ряды всех граждан, и обратно, как правило, выхода нет. Более того, они произвольно навязывают свои правила, которые большинство пользователей никогда не читали, и жестко пресекают инакомыслие, критическое отношение к себе и к своим правилам, моментально блокируют негативную информацию о себе и имеют жесткий механизм цензуры выкладываемых в сеть материалов. Социальные сети вооружены новейшими технологиями по отслеживанию недовольных и неправильных пользователей, ликвидации их аккаунтов и защиты от попыток ликвидированных пользователей вновь попасть в сеть. Социальные сети работают на основе технологий машинного обучения. Это отдельное направление в развитии современных технологий. Имеют четкий механизм саморазвития, основанный как на решении отслеживаемых пользовательских запросов в сети, так и на создании новых ресурсов под новые потребности пользователей. Сети имеют отлаженный механизм генерирования доходов от рекламы и разных сервисов. При этом существует четкая тенденция роста платных сервисов в новых областях и сферах человеческой жизни. Социальные сети обладают широчайшими возможностями по собственному продвижению в онлайн и офлайн и тратят огромные средства на расширение аудитории, а также на создание собственного абсолютно положительного имиджа в мире. Они анализируют постоянно обновляемую информацию по каждому пользователю, формируют группы по одинаковым признакам, создают досье на каждого пользователя и на каждую пользовательскую группу, архивируют и хранят всю информацию с момента начала работы. Всё, что было в социальной сети, остается навсегда, даже то, что вы разместили на секунду и тут же стерли.

Заключение

НСМ утверждает свои нормы и правила, продуцирует собственную иерархию социокультурных ценностей и формирует новые жизненные смыслы. Те, кто отказывается их принять, попадает под санкции или удаляется из социальных медиа. Учитывая масштабы этого НСМ и его агрессивную экспансию на все страны, социальные слои и новые поколения, становится очевидным, что главная проблема, возникающая у человечества в XXI в., – сохранить под его натиском мир человеческий, основанный на культурных ценностях, выработанных разными народами за тысячелетия и позволивших землянам достичь высот цивилизации. Для нашей страны социальные сети и их влияние на все сферы жизни общества становятся проблемой национальной безопасности (Еляков, 2013; Петров, 2007). Но ради этого бороться с НСМ уже невозможно и бессмысленно. Можно только ис-

пользовать беспрецедентный созидательный потенциал информационно-технологического могущества, обретенного человечеством со второй половины XX в., ради продолжения человеческой истории, вектор которой определяется культурой.

Литература

Батаева Е. Этнометодологический анализ онлайн-коммуникации: кризисный эксперимент в чатах // Социологические исследования. 2011. № 12. С. 88–98.

Бобров А. О силе и слабости Интернета // Советская Россия. 2009. № 24 (132410). 12 марта. С. 6.

Бронников И. А. Особенности сети Интернет как формы политической коммуникации: дис. ... канд. полит. наук. М., 2011.

Владимирова Т. В. Сетевые коммуникации как источник информационных угроз // Социологические исследования. 2011. № 5. С. 123–129.

Воронкин А. С. Социальные сети: эволюция, структура, анализ // Образовательные технологии и общество. 2014.

Гавра Д.П. Социально-коммуникативные технологии: обоснование категории // PR-технологии в информационном обществе: материалы II Всерос. науч.-практ. конф. СПб., 2004. С. 10–16.

Галиуллин М.Э. Использование социальных сетей для оценки уровня обеспокоенности населения вопросами безопасности жизнедеятельности // Технологии гражданской безопасности. 2015. Т. 12, № 2 (44).

Ганский П.Н. Интернет-пространство как особая коммуникационная среда и его влияние на современные общества // Теория и практика общественного развития. 2015.

Гурова И.М. Дистанционная работа как тренд времени: результаты массового опыта. // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2020. С. 128–147.

Еляков А. Д. Проблемы информационной безопасности в использовании электронных компьютерных технологий // Социологические исследования. 2013. № 10. С. 120–129.

Ефимова Г. З., Зюбан Е. В. Влияние социальных сетей на личность // Мир науки. Педагогика и психология. 2016.

Заморкин А. А. Исследование портрета активного пользователя сети Интернет // Вестник

References

Bataeva, E. (2011). Ethnomethodological analysis of online communication: a crisis experiment in chats. *Sotsiologicheskiye issledovaniya*, 12, 88-98. (in Russian).

Bobrov, A. (2009). About the strength and weakness of the Internet. *Sovetskaya Rossiya*, 24 (132410), March 12, 6. (in Russian).

Bronnikov, I. A. (2011). Features of the Internet as a form of political communication. (Candidate Dissertation, Moscow). (in Russian).

Vladimirova, T.V. (2011). Network communications as a source of information threats. *Sotsiologicheskiye issledovaniya*, 5, 123-129. (in Russian).

Voronkin, A. S. (2014). Social networks: evolution, structure, analysis. *Obrazovatel'nyye tekhnologii i obshchestvo*. (in Russian).

Gavra, D.P. (2004). Socio-communicative technologies: justification of the category. *PR-technologies in the information society. Material of the II All-Russian Scientific and Practical Conference. St. Petersburg*, 10-16. (in Russian).

Galiullin, M. E. (2015). The use of social networks to assess the level of public concern about the safety of life. *Tekhnologii grazhdanskoj bezopasnosti*, 12, 2 (44). (in Russian).

Gansky, P. N. (2015). Internet space as a special communication environment and its impact on modern societies. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya*. (in Russian).

Gurova, I. M. (2020). Remote work as a trend of time: the results of mass experience. *MIR (Modernizatsiya. Innovatsii. Razvitiye)*, 128-147. (in Russian).

Elyakov, A.D. (2013). Problems of information security in the use of electronic computer technologies. *Sotsiologicheskiye issledovaniya*, 10, 120-129. (in Russian).

Efimova, G. Z., Zyuban, E. V. (2016). The influence of social networks on personality. *Mir nauki. Pedagogika i psikhologiya*. (in Russian).

Zamorkin, A. A. (2013). Study of the portrait of an active Internet user. *Vestnik NGUEU*.

НГУЭУ. 2013.

Кастельс М. Галактика Интернет: размышления об Интернете, бизнесе и обществе. Екатеринбург: У-Фактория, 2004.

Князева Е. Н. Социальная сложность: самоорганизация, тренды, инновации // Общество: философия, история, культура. 2013. № 1. С. 20–28.

Лыфенко Н. Д. Виртуальные пользователи в социальных сетях: мифы и реальность // Вопросы кибербезопасности. 2014.

Материальное положение россиян и самооценка ими своего социального статуса // Информационно-аналитические бюллетени. Вып. №3. 2008.

Михайленок О. М., Мальшиева Г. А. Политические эффекты социальных сетей в России // Социологические исследования. 2019. Т. 45, № 2. С. 78–87.

Панченко И. М. Социальные сети как новая форма коммуникации: польза или опасность для общества? // Социология науки и технологий. 2018. С. 86–94.

Пастухов А. Г. Инфотейнмент и эдудейтмент: цифровые медиа против бумажных? // Филология и человек. 2012.

Петров В. П., Петров С. П. Информационная безопасность человека и общества : учеб. пособие. М. : Энас, 2007.

Понарина Н. Н. Воздействие глобализации на коммуникации // Теория и практика общественного развития. 2011.

Романов А. А., Шаббаев В. В. «Fake news» в социальных сетях, блогах и мессенджерах как угроза информационной безопасности // Юрист – Правоведь. 2020.

Силаева В.Л. Интернет как социальный феномен // Социологические исследования, №11. ноябрь.2008. С. 101-107.

Селезнёв Р. С., Скрипак Е. И. Социальные сети как феномен информационного общества и специфика социальных связей в их среде // Вестник Кемеровского государственного университета. 2013.

Тарануха Ю. В. «Невидимая рука» Адама Смита // Общественные науки и современность. 2018. № 6. С. 162–173.

Шаль А.В. Технологии больших данных в статистике // Учет и статистика. 2017

(in Russian).

Castels, M. (2004). Galactica Internet: Reflections on the Internet, Business and Society. Yekaterinburg: U-Factoriya Publ. (in Russian).

Knyazeva, E. N. (2013). Social complexity: self-organization, trends, innovations. *Obshchestvo: filosofiya, istoriya, kul'tura*, 1, 20-28. (in Russian).

Lyfenko, N. D. (2014). Virtual users in social networks: myths and reality. *Voprosy kiberneticheskoy bezopasnosti*. (in Russian).

The financial situation of Russians and self-assessment of their social status. (2008). *Informational and analytical bulletins*, 3. (in Russian).

Mikhailenok, O. M., Malysheva, G. A. (2019). Political effects of social networks in Russia. *Sotsiologicheskiye issledovaniya*, 45, 2, 78-87. (in Russian).

Panchenko, I. M. (2018). Social networks as a new form of communication: benefit or danger for society? *Sociology of Science and Technology*, 86-94. (in Russian).

Pastukhov, A. G. (2012). Infotainment and edutainment: digital media versus paper media? *Filologiya i chelovek*. (in Russian).

Petrov, V. P., Petrov, S.P. (2007). Information security of a person and society: a textbook. Moscow: Enas Publ. (in Russian).

Ponarina, N. N. (2011). The impact of globalization on communications. *Theory and practice of social development*. (in Russian).

Romanov, A. A., Shabaev, V. V. (2020). "Fake news" in social networks, blogs and messengers as a threat to information security. *Yurist – Pravoved*. (in Russian).

Silaeva V.L. (2008). The Internet as a Social Phenomenon. *Sotsiologicheskiye issledovaniya*, 101-107. (in Russian).

Seleznev, R. S., Skripak, E. I. (2013). Social networks as a phenomenon of the information society and the specifics of social relations in their environment. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta*. (in Russian).

Taranukha, Yu. V. (2018). "The Invisible Hand" by Adam Smith. *Obshchestvennyye nauki i sovremennost'*, 6, 162-173. (in Russian).

Shal, A.V. (2017). Big data technologies in statistics. *Uchet i statistika*. (in Russian).

Для цитирования: Васильев Н. А., Комиссаров С. Н. Социальные сети. Формирование нового социального мира // Гуманитарий Юга России. 2021.4 (50). С. 43–61.
DOI 10.18522/2227-8656.2021.4.3

История статьи:
Поступила в редакцию – 12.07.2021 г.
Получена в доработанном виде – 30.08.2021 г.
Одобрена – 08.09.2021 г.

Сведения об авторах

Information about authors

Васильев Николай Александрович

Nikolay Alexandrovich Vasilyev

Руководитель Исследовательского центра Ассоциации коммуникационных агентств России, Российской ассоциации маркетинговых услуг, IAB Russia – ассоциации развития интерактивной рекламы; магистр социологии, Московская высшая школа социологических наук; старший научный сотрудник сектора исследований социокультурных и медиакоммуникаций, Институт социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН

Head of the Research Center of the Association of Communication Agencies of Russia, the Russian Association of Marketing Services, IAB Russia - the Association for the Development of Interactive Advertising; Master of Sociology, Moscow Higher School of Sociological Sciences; Senior Researcher of the Sociocultural and Media Communications Research Sector, Institute of Sociology the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences

127018, г. Москва,
ул., Полковная, 3, стр. 3,
e-mail: nikolay.a.vasilyev@gmail.com

3 St., Polkovnaya,
Moscow, 127018,
e-mail: nikolay.a.vasilyev@gmail.com

Комиссаров Сергей Николаевич

Sergey Nikolaevich Komissarov

Доктор философских наук, профессор, руководитель Центра по связям с общественностью и средствами массовой информации Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН, руководитель сектора социокультурных и медиакоммуникаций Института социологии ФНИСЦ РАН

Doctor of Philosophy, Professor, Head of the Center for Public Relations and Mass Media, Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences, Head of the Sector of Socio-Cultural and Media Communications of the Institute of Sociology of FCTAS RAS

117218, г. Москва, ул. Кржижановского,
д. 24/35, корпус 5.
e-mail: prcult@mail.ru

24/35, building 5. Krzhizhanovskogo str.,
Moscow, 117218
e-mail: prcult@mail.ru