

11, ноябрь 2015

УДК 316.74:2

Влияние социальных сетей на формирование общественного мнения

Шведова Д.И., студент

*Россия, 105005, г. Москва, МГТУ им. Н.Э. Баумана,
кафедра «Компьютерные системы и сети»*

Научный руководитель: Губанов Н.Н., к.ф.н., доцент

*Россия, 105005, г. Москва, МГТУ им. Н.Э. Баумана,
кафедра «Философия»*

sgn4@bmstu.ru

Жизнь современного человека невозможно представить без цифровых технологий. Все плотнее в нашу повседневную жизнь входит интернет. Интернет дает множество возможностей, обеспечивает быстрый доступ к необходимой информации, а также позволяет связаться с человеком, как далеко бы он ни находился. Всё это подтверждает отмеченную исследователями тенденцию исторического возрастания роли субъективного фактора в эволюции общества [6, 10]. Последнее время все большей популярностью в России и за ее пределами пользуются социальные сети. Кроме непосредственно обмена сообщениями, социальные сети поддерживают и другие, удобные для пользователя функции: просмотр мультимедиа, поиск полезной информации, создание групп по интересам и объединение людей в них, возможность публиковать свои записи, а, значит, делиться с окружающими последними новостями. Также весьма актуальными становятся вопросы о достижении взаимопонимания и солидарности между коммуницирующими субъектами [3; 4].

Что же такое социальная сеть? Согласно Википедии, – «платформа, онлайн-сервис или веб-сайт, предназначенные для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений, визуализацией которых являются социальные графы».

Согласно «классическому» определению Д. Бойд, социальные интернет-сети – «сетевые услуги, которые позволяют частным лицам строить общественные или полуобщественные профили в пределах ограничений, наложенных системой, определять список других пользователей, с которыми они могут общаться и делиться информацией,

просматривать и связывать их список контактов с другими, созданными пользователями внутри системы» [Цит. по: 13].

Социальная сеть имеет ряд характерных особенностей:

- предоставляет множество возможностей для обмена информацией в виде фото, видео, блогов и/или микроблогов, позволяет создавать сообщества, публиковать личные сообщения, организовывать чаты для обмена сообщениями с несколькими людьми, также отмечать свое местоположение в пространстве и др.;
- после регистрации создаётся профиль пользователя, в котором требуется указать реальные фамилию, имя, отчество и максимальное количество информации о себе;
- имеется возможность добавлять в друзья других пользователей, которые чаще всего являются реальными друзьями, родственниками, коллегами, одноклассниками, однокурсниками и т.д.

Определить, что сайт является социальной сетью можно, если в нем присутствуют следующие возможности:

- создание публичного или полупубличного профиля пользователя, в котором указываются личные данные (например, профиль может содержать дату рождения, школу, вуз, хобби и другое);
- активный обмен сообщениями;
- задавать и поддерживать список других пользователей, с которыми у вас имеются некоторые отношения (например, дружбы, родства, деловых и рабочих связей и т. п.);
- доступен просмотр и обход связей между пользователями внутри системы (например, пользователь может видеть друзей своих друзей).

Первая социальная сеть появилась двадцать лет назад: в 1995 г. Это был американский портал Classmates.com («Одноклассники», англ.). Рэнди Конрад создал ее, чтобы искать в сети одноклассников, друзей, знакомых, коллег и родственников. На сегодняшний день одна из крупнейших социальных сетей в мире – Facebook. Она была основана в 2004 г. Марком Цукербергом и его соседями по комнате во время обучения в Гарвардском университете — Эдуардо Саверином, Дастиним Москковицем, Крисом Хьюзом.

Сайт был назван Thefacebook и изначально являлся доступным только для студентов Гарвардского университета, но затем регистрацию открыли для других

университетов Бостона, а позднее – учащихся любых учебных учреждений США, имеющих электронный адрес в домене «.edu». С сентября 2006 г. сайт доступен для всех пользователей Интернета в возрасте от 16 лет, имеющих адрес электронной почты. Аудитория Facebook составила 1,32 миллиарда пользователей на июль 2014 г. Пользователи оставляют 3,2 миллиарда «лайков» и комментариев и публикуют 300 миллионов фотографий каждый день. На сайте зафиксировано 125 миллиардов «дружеских связей» (на 31 декабря 2011 г. было 100 млрд) [26].

Наиболее популярная социальная сеть в России – «ВКонтакте». По данным SimilarWeb, ВКонтакте является первым по популярности сайтом в РФ и на Украине, 6-м — в мире. Изначально сайт создавался как социальная сеть для студентов и выпускников российских вузов, позднее он стал позиционировать себя как «современный, быстрый и эстетичный способ общения в сети». На январь 2014г. ежедневная аудитория «ВКонтакте» составляла около 60 миллионов человек, а на январь 2015 г. - 70 миллионов человек. Первые функции сайта появились 10 октября 2006 г., эта дата считается официальным днём основания. Создатель сайта - Павел Дуров. Изначально регистрация была доступна для всех студентов по приглашениям и при обязательном указании настоящих имени и фамилии, позднее открылась свободная регистрация.

Проникновение интернет-технологий в целом, а социальных сетей- в частности, произошло не только в жизнь простых людей. Такие технологии оказались удобны для влияния на мнение людей, а соответственно ими стали пользоваться политические организации. В связи с этим возник термин «цифровая дипломатия». Это – использование информационно-коммуникационных технологий и средств интернета с целью решения дипломатических задач. Для осуществления задач цифровой дипломатии активно используются новые медиа, социальные сети, блоги и подобные ресурсы интернет-пространства. С их помощью активно создается имидж национального лидера, как игнорирующий, так и подчеркивающий его некоторые личные и деловые качества, навязывающие подобные параметры в качестве образцов населению, особенно накануне парламентских или президентских выборов [25].

Все чаще объектом распространения политической информации становятся социальные сети. Этому способствуют следующие две особенности таких сайтов – возможность ведения диалогов с аудиторией и почти моментальная обратная связь. Социальная сеть настраивает на более неформальное общение, ведь собеседника не видно, ему нельзя посмотреть в глаза и увидеть его реакцию на свои слова. Также одно из преимуществ такого общения – стираются различные границы, можно спокойно разговаривать с людьми из других стран, при этом минуя медийные фильтры, а часто

даже находясь за пределами действий суверенного и международного права. Цифровая дипломатия особенно полезна в работе с зарубежной аудиторией, в вопросах трансляции официальной позиции и формирования имиджа государства, поэтому многие уважающие себя политики имеют аккаунты в социальных сетях.

Помимо «цифровой дипломатии», интернет применяется и в других политических целях. Например, социальные сети были использованы для организации массовых волнений в арабских странах, которые заканчивались сменой руководства страны. Хотя возникает очень много споров о том, кто организовал революцию в Тунисе, Египте, кто спровоцировал войну в Ливане и Сирии, но существует версия, что революция началась в Facebook. Значимая роль социальных сетей в организации «арабской весны», череды спонтанных массовых протестных акций и государственных переворотов в странах Северной Африки и Ближнего Востока 2011 г. отмечается многими аналитиками, участниками беспорядков и мировым сообществом. Facebook стала удобной средой для распространения и организации попыток осуществления революционных идей. В социальных сетях люди общались с единомышленниками и координировали акции протеста [2].

Еще одним примером использования интернета и социальных сетей в политических целях является создание на Украине в 2014 г. так называемых «интернет-войск». О создании таких «войск» заявил министр информации Украины Юрий Стець. Планируется привлекать в их ряды известных блогеров. По мнению министра, они будут помогать разносить по интернету правдивую информацию и опровергать фальшивые вбросы, их задача – это распространение сообщений, раскрывающих позицию государства по ключевым вопросам. Таким образом, социальные сети от средства свободного и независимого общения и высказывания мнений перешли к инструменту пропаганды и влияния на мнение широких масс пользователей, ведению «информационной войны» [1; 12].

Общение в социальных сетях характеризуется свободой слова и свободой выражения своих мыслей. Но ограничивается ли эта свобода? Конституция РФ устанавливает следующие правовые барьеры против злоупотребления свободой слова: не допускаются пропаганда или агитация, возбуждающие социальную, расовую, национальную или религиозную ненависть и вражду, запрещается пропаганда социального, расового, национального, религиозного или языкового превосходства. Значит свобода слова в интернете должна ограничиваться как минимум Конституцией, ведь нарушение основного закона влечет за собой ответственность. Так как интернет

является средством массовой информации, значит размещаемые там высказывания попадают под действие следующих статей Конституции:

- Ст. 4 Закона о СМИ говорит о недопустимости использования средств массовой информации для призыва к захвату власти, насильственному изменению конституционного строя и целостности государства, разжигания национальной, классовой, социальной, религиозной нетерпимости или розни, для пропаганды войны, а также для распространения передач, пропагандирующих порнографию, культ насилия и жестокости.
- Ст. 51 устанавливает, запрет на использование права журналиста на распространение информации с целью опорочить гражданина или отдельные категории граждан исключительно по признакам пола, возраста, расовой или национальной принадлежности, языка, отношения к религии, профессии, места жительства и работы, а также в связи с их политическими убеждениями.

Но можно ли практически «уследить» за всеми материалами, публикуемыми в интернете? Возможно ли найти автора «вызывающих» высказываний? Анонимность в интернете часто не позволяет это сделать. Во многих странах правительства занялись проблемой идентификации пользователей. Такие меры помогут отслеживать пользователей, размещающих материалы, нарушающие нормы права и морали: содержащие оскорбления, призывы к экстремизму, насилию. Например, в КНР в 2012 г. принят закон, требующий от пользователей предоставлять свои паспортные данные для доступа в интернет. По мнению властей страны, такие меры помогут лучше защитить личные данные пользователей. Доступ к популярным сайтам, таким как Facebook, Twitter, YouTube, Flickr в Китае официально запрещен. Регистрация на китайских видеохостингах разрешена только под настоящими именами, а для получения возможности добавлять на такие ресурсы видеозаписи пользователям необходимо подтверждать свою личность, предоставив администрации сайта копию паспорта. С того же года регистрация в местных сервисах микроблогов (например, Sina Weibo) разрешается только после уведомления местных властей. На этих ресурсах время от времени вводятся дополнительные ограничения: например, запрет на поиск по определенным словам [27].

Подобные ограничения существуют в Иране. Там пользователи, выходящие в интернет через компьютеры в интернет-кафе, обязаны сначала показать удостоверение личности и заполнить специальную анкету, где необходимо указать свой адрес и телефон. Иранские власти сообщали, что планируют создать собственную национальную модель

интернета и заменить ею Всемирную Паутину, доступ к которой будет заблокирован, за исключением сайтов, вошедших в «белый список» правительства.

В Испании также, чтобы воспользоваться интернетом в интернет-кафе, необходимо предоставить документ, удостоверяющий личность.

Подводя итоги, можно сказать, что хотя интернет и социальные сети могут быть средством распространения социально опасной и приводящей к необратимым последствиям информации, но они также имеют ряд положительных сторон. Множество разных людей активно взаимодействуют в социальных сетях, продвигают научное знание через этот новый ресурс, публикуют политическую или социально важную информацию. В России пока существует очень мало социальных сетей для ученых, в то время как на Западе их гораздо больше, а используются они более эффективно, чем у нас. Перспективным представляется использование социальных сетей в системе образования – этой важнейшей сфере, формирующей групповое сознание и менталитет [7; 8, 9]. Также вызывает интерес возможность применения данных средств при создании объективно-нереальных, но субъективно-реальных ситуаций [5; 11]. Социальные сети тесно связаны с индустрией рекламы: как сами влияют на нее, так и испытывают ее воздействие [17; 18]. Они порождают определенные риски, которые необходимо купировать (причем, не только с помощью запретов, что имеет место ныне в КНР, Иране) [19], выступают одновременно порождением и стимулом развития нового, наукоемкого производства, идущего на смену индустриальному и аграрному в глобальном масштабе [16]. Показательно, что пользование интернетом превращается в своеобразный ритуал современного человека, что тоже требует изучения (например, в плане сопоставления с иными ритуальными действиями) [14; 15]. Наконец, важно правильно прогнозировать последствия расширения влияния социальных сетей, интернета на человечество. В этом может активно помочь альтернативное моделирование прошлого [20,21, 23,24]. Остается открытым и вопрос о том, в какой мере становление «сетевого мира» несет прогресс человечеству [22].

Социальные сети – это новый формат общения, который позволяет быстро обмениваться необходимой информацией с совершенно разными людьми, где бы они ни находились. И лишь от человека зависит как их использовать так, чтобы они работали во благо, а не во вред обществу.

Список литературы

1. В Украине планируют создать интернет-войска. Режим доступа: <http://korrespondent.net/ukraine/politics/3472031-v-ukrayne-planyruuit-sozdat-ynternet-voiska> (дата обращения 16.05.2015).
2. Влияние социальных сетей на психику личности. Режим доступа: http://rostduha.ru/vlieanie-socialnih_setei/ (дата обращения 16.05.2015).
3. Губанов Н.И., Губанов Н.Н. Особенности познавательной деятельности в социально-гуманитарных науках // Философия и общество. 2010. № 2. С. 90–104.
4. Губанов Н.И., Губанов Н.Н. О ментальных основаниях общественной солидарности // Социум и власть. 2012. № 1. С. 98–102.
5. Губанов Н.И., Губанов Н.Н. Перспективы использования объективно-нереальных ситуаций // Вестник Ишимского государственного педагогического института им. П.П. Ершова. 2013. № 3 (9). С. 18–23.
6. Губанов Н.Н. Формирование, развитие и функционирование менталитета в обществе. М.: Этносоциум, 2014. 214 с.
7. Губанов Н.Н. Становление университетской традиции в эпоху Высокого Средневековья // Социология образования. 2014. № 1. С. 56–69.
8. Губанов Н.Н. Вызов Аполлона как стимул развития образования // Alma mater (Вестник высшей школы). 2014. № 5. С. 19–23.
9. Губанов Н.И., Губанов Н.Н. Роль образования в формировании глобалистского менталитета // Alma mater (Вестник высшей школы). 2014. № 11. С. 11–17.
10. Губанов Н.И., Губанов Н.Н. Менталитет в системе движущих сил социального развития // Историческая психология и социология истории. 2014. Т. 7. № 2. С. 149–163.
11. Губанов Н.И., Губанов Н.Н. Субъективная реальность и пространство // Вопросы философии. 2015. № 3. С. 45–54.
12. Интернет-войска Украины получили первое задание: создать себе фейковые страницы жителей Донбасса. Режим доступа: <http://news-front.info/2015/02/24/internet-vojska-ukrainy-poluchili-pervoe-zadanie-sozdat-sebe-fejkovye-stranicy-zhitelej-donbassa/> (дата обращения 16.05.2015).
13. Кретинина А. Роль социальных сетей в жизни молодежи. Статья: Режим доступа: <http://nsportal.ru/ap/library/drugoe/2013/12/03/rol-sotsialnykh-setey-v-zhizni-molodezhi> (дата обращения 16.05.2015).
14. Лисина Е.А. НОМО RITUALIS. Миф, история, современность. МО-Ногинск: АНАЛИТИКА РОДИС, 2011. 282 с.

15. Лисина Е.А. Роль ритуального в культуре и социуме // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2011. № 8. С. 142-146.
16. Нехамкин А.Н. Наукоемкое производство: механизм развития // Экономист. 1996. № 9. С. 52-58.
17. Нифаева О.В., Нехамкин А.Н. Социальная реклама как фактор экономического развития // Мировая экономика и международные отношения. 2013. № 5. С. 48-55.
18. Нифева О.В., Нехамкин А.Н. Система социальной рекламы в России: механизмы и направления развития. Брянск: Изд-во БГТУ, 2012. 196 с.
19. Нехамкин А.Н., Кокунова Д.В. Эволюция теории риска // Вестник Брянского государственного университета. 2010. № 3. С. 36-43.
20. Нехамкин В.А. Проблема поливариатности исторического процесса: генезис, пути решения. М.: ООО «МАКС Пресс», 2002. 123 с.
21. Нехамкин В.А. Контрфактические исследования в историческом познании: генезис, методология. М.: МАКС Пресс, 2006. 176 с.
22. Нехамкин В.А., Полякова И.П. Антипрогрессистские теории социально-исторической динамики // Вестник Российской академии наук. 2014. Т. 84. № 7. С. 610-617.
23. Нехамкин В.А. Контрфактические исторические исследования и синергетика // Общественные науки и современность. 2006. № 5. С. 120-130.
24. Нехамкин В.А. Контрфактические исторические исследования в системе научного познания // Общественные науки и современность. 2007. № 5. С. 131-140.
25. Нехамкин В.А. Роль образования руководителя государства в процессе исторического развития // Социология образования. 2012. № 2. С. 82-97.
26. Павленко В.В. Роль современных социальных сетей в социальных и политических технологиях. Статья: Режим доступа: <http://hsjournal.org/wp-content/uploads/2012/11/pavlenko.pdf> (дата обращения 16.05.2015).
27. Право на свободу мысли и слова. Режим доступа: <http://www.vevivi.ru/best/Pravo-na-svobodu-mysli-i-slova-ref206334.html> (дата обращения 16.05.2015).