

Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

Социальные сети как механизм распространения вирусов сознания

Хайбуллина Лия Рафаэлевна

Аспирант

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Факультет журналистики и социологии, Казань, Россия

E-mail: lilouve@yandex.ru

Социальные сети - это принципиально новое пространство коммуникации, которое отличается рядом признаков от традиционных медиа: высокая интерактивность, неограниченное пространство и временные рамки коммуникации, "эффект присутствия" прямой контакт, свобода в выражении своего мнения. Социальная сеть позволяет мгновенно распространять и цитировать события на огромную аудиторию, предоставляет доступ к разноплановому контенту в зависимости от желаний пользователя и представляет собой платформу для общения различных групп людей, что является одной из основных причин их популярности и быстрого роста. В этих условиях социальные сети постепенно замещают прочие интернет-ресурсы. Одна из главных черт социальных сетей - это возможность самостоятельного осознанного выбора "друзей" групп и "подписок" которые любой пользователь может выбрать исходя из своих интересов.

По данным опроса ВЦИОМ, 82% пользователей сети "Интернет" на начало 2012 г. зарегистрированы в социальных сетях, что на 30% выше аналогичного опроса в 2010 г. Однако, несмотря на увеличение популярности социальных сетей, их развитие происходит скорее экстенсивно; вовлекается все большее количество людей, при чем, происходит омоложение аудитории. В настоящее время типичный портрет пользователя социальной сети представлен следующим образом: молодой (18-24 года), достаточно успешный человек, проживающий преимущественно в Москве или Санкт-Петербурге. Как известно, именно молодые люди наиболее подвержены навязыванию определенных стереотипов и идей. Даже в своем личном пространстве в сети, в котором ряд пользователей пытается "усовершенствоваться" позиционируя себя другой личностью, стремление к высокому статусу, одобрению со стороны, гонка за "лайками" обуславливают их стремление к постоянной трансляции каких-либо популярных идей, новостей, сюжетов, анекдотов и т.д. В этих условиях социальные сети становятся основной площадкой распространения вирусов сознания или мемов (термин Ричарда Докинса «Вирусы разума»).

Мем представляет собой, прежде всего, некий символ, принимающий разнообразные формы (визуальные, аудиальные, аудиовизуальные), главная цель которого передать определенную идею. Мем существует за счет постоянного обновления (модификаций) и быстрого распространения. Поддержание жизнеспособности мема в социальной сети происходит спонтанно: любой пользователь социальной сети поддерживает его устойчивость своими комментариями (которые, как правило, зачастую сами являются мемами), распространением среди своих виртуальных друзей, попыткой самостоятельно модифицировать или по-своему объяснить мем, чтобы создать на его основе новый. Главная особенность мема - это, прежде всего, эмоциональная насыщенность, своего рода провокация или посыл, который мотивирует или, наоборот, демотивирует, вовлекает в активное обсуждение или остается незамеченным. Это, прежде всего, связано с

тем, что для каждого пользователя сети мем несет в себе "свое" содержание, понимание мема индивидуализировано и зависит от личных характеристик пользователя сети.

Распространение мемов в социальной сети происходит стихийно. Через личное коммуникативное пространство каждого пользователя возможно отследить контакты человека - потенциальных распространителей мема. Более того, например, сайт vk.com предусматривает возможность просмотра "Рекомендованных новостей" от "друзей-друзей-друзей известных личностей, популярных страниц, которые могут являться передатчиками мема. Показательно, что в этой социальной сети 2750 сообществ, в названиях которых содержится слово "мем". Наибольшее количество подписчиков в группе "1001 Мем [ПРИКОЛЫ]" 146 524 пользователя этой социальной сети. Но мемы - это не только картинки, анекдоты, смешные видео, но и устойчивые выражения, распространение которых проследить невозможно, поскольку хотя бы раз их распространял каждый пользователь социальной сети. Другие социальные сети, конечно, также являются распространителями мемов, но через другие формы - личное распространение (пост, комментарий, фотография, песня, видео и проч.), ссылки на внешние сайты, в частности, на vk.com и другие интернет-ресурсы, которые, по своей природе, не являются социальными сетями, перепост понравившегося мема и т.д.

С точки зрения пользователя социальной сети, мем трактуется только в его переносном значении, которое дает сама сетевая структура (анекдот, прикол, комикс) и воспринимается пользователем скорее как веяние времени, модное явление, трактовка истины с позиции простых и элементарных вещей. Пользователь социальной сети не воспринимает мем как вирус, который он сам продолжает распространять в виртуальном мире и зачастую переносит в реальную жизнь (например: "Жарааа! Poker face "Бесплатная фотосъемка это как платная, только бесплатная "Джигурда" и т.д.), которые он употребляет в своей речи в личном общении с другими людьми. Вирус распространяется молниеносно, трансформируясь из мира виртуального в реальное пространство, чем поддерживается его жизнеспособность.

Понижая рамки культуры речи, предоставляя практически неограниченную свободу слова и допустимого поведения в виртуальном пространстве, социальные сети "изобретают" и тиражируют новые жизнеспособные вирусы сознания.

Хотя само понятие "вирус" несет в себе негативную нагрузку, связанную с болезнью, упадком, деградацией, известно, что профилактика от любой болезни - это прививка вирусом, который вживляется в организм и вырабатывает иммунитет. В таком контексте односторонней будет являться позиция оценки вирусов сознания или мемов только с отрицательной стороны, поскольку зачастую именно мемы заставляют задуматься о глобальных или, наоборот, внутриличностных проблемах, оценить какое-то событие под другим углом, а социальные сети, в свою очередь, лишь механизмом передачи важной идеи.

Слова благодарности

Выражаю благодарность проф. Морозовой Г.В. и проф. Сидельниковой Т.Т. за помощь в подготовке тезисов.