

Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

Кризис социальных сетей и их воздействия на массовую аудиторию: вопросы и ответы.

Кузьменко Анна Олеговна

Студент

Нижевартовский государственный гуманитарный университет, гуманитарный,

Нижевартовск, Россия

E-mail: kuzmenko_anna@mail.ru

Основопологающим принципом социальной сети является коммуникация и возможность взаимного равноправного общения между всеми её членами. Это отличает социальную сеть от аудитории, где люди объединяются по каким-то общим объектам внимания или изучения и связаны с этим объектом. Социальная сеть-это глобальная машина, которая тоже может потерпеть «застой» кризис.[1]

Многие люди понимают, что информация, размещенная в социальных сетях, может быть найдена и использована кем угодно, в том числе не обязательно с благими намерениями. Информацию об участниках социальных сетей могут найти их работодатели, родители, дети, бывшие или настоящие жены или мужья, сборщики долгов, преступники, правоохранительные органы и так далее. Например, известен случай, когда преступница искала внешне похожих на себя женщин, убивала их и продавала их квартир.[3]

Д. Бойд на основании материалов опросов в 16 штатах США сделала вывод о двух основных страхах“, вызываемых социальными сетями: сексуальные домогательства и конфиденциальность информации. Контент-анализ периодической печати в Дании, позволил М.Ларсен составить список наиболее часто упоминаемых проблем в связи с социальными сетями, куда входят: сексуальное насилие и педофилия, запугивание и преследование, угрозы и насилие, распространение националистических идей. К.Фукс в ходе он-лайн опроса немецких и австрийских студентов получил следующий список рисков: конфиденциальность данных, распространение спама, возможность потери личной информации, создание негативного имиджа, интернет-зависимость. Е. А. Лавренчук делает вывод, что массовое распространение социальных сетей превращает современное общество в лабораторию, в которой результаты эксперимента до конца не просчитываемы[2]

Официальным началом бума социальных сетей принято считать 2003—2004 годы в России, когда были запущены LinkedIn, MySpace и Facebook, а впоследствии «Одноклассники» и «В контакте». Это было похоже на вирус, но только виртуальный, что не возможно было остановить. С каждым днём число пользователей росло, и социальных сетей становилось всё больше.

Многие социальные сети рискуют прекратить свое существование, поскольку рекламные поступления значительно снизятся. По прогнозам экспертов, социальные сети будут вынуждены повышать свои доходы, вводя платную регистрацию, организуя продажу данных о пользователях, пользовательского контента, внедряя ряд других оплачиваемых сервисов. Многие нововведения наверняка будут нарушать права посетителей, что скажется на их популярности. Такой прогноз сделала компания eMarketer, отметив также возможное падение уровня роста интернет-рекламы (с 17,2% до 7,2%).

Одновременно с падением уровня доходов от социальных сетей возрастает стоимость хранения электронных баз данных. Теперь она составляет до 100 миллионов долларов в год для крупных порталов. Это связано с тем, что многие пользователи размещают на своих страницах объемные документы и видеоролики.

Сегодня в Интернете существует около тысячи социальных сетей, сотня из которых является сетями-миллионниками. Вероятно, что гиганты этой сферы и устоят, однако от того, какими методами выхода из затруднений они воспользуются, зависит возможная переориентация сил в данной сфере. Вспомним хотя бы, какой резонанс вызвало введение оплаты за регистрацию на сайте odnoklassniki.ru и временное появление рекламы на vkontakte.ru. Разумеется, ведущие игроки постараются максимально оттянуть внедрение платных сервисов, чтобы собрать максимальную аудиторию и лишь потом зарабатывать на ней деньги, но то, что рано или поздно монетизация таких ресурсов случится, сомнений не вызывает.[4]

В период с 13 февраля по 22 февраля, мы провели опрос в социальных сетях: «ВКонтакте», «Одноклассники», «Мой мир», с целью определения воздействия социальных сетей на массовую аудиторию. В опросе приняло 1000 участников в возрасте от 13 до 30 лет. По итогам анкетирования мы пришли к выводу, что аудитория в возрасте от 13 до 17 лет (35%) считают, что социальные сети очень полезные и помогают в жизни. Социальные сети для них – это целая жизнь, где времени они проводят около 7-8 часов в день в среднем, а то и больше. Они считают, что кризиса нет и быть не может. «Если не будет социальных сетей не будет и нас» Аудитория в возрасте от 18 до 23 лет (50%) говорят о социальных сетях как о «яме», в которую если войти, сложно выйти. Сети поглощают всё: семью, отношения, здоровья, а самое главное, они могут забрать жизнь.

Школьницы из Подмоскovie перед самоубийством обсуждали свои планы в социальных сетях. Амурский мальчик залез в петлю из-за запрета пользоваться Интернетом. Для некоторых социальные сети становятся смертельными. [5]

Молодёжь в возрасте от 24 до 30(15%) считает, что кризис социальных сетей неминуем и его не избежать. Посещение сетей в день у них составляет от 2 до 4 часов в день.

Социальные сети явления неоднозначное и на сегодняшний момент его нельзя считать отрицательным или полностью положительным. Приходится принимать, что эти ресурсы стали необходимой частью жизни общества. Главное, чтобы социальные сети не стали суррогатом реальной жизни.

Литература

1. Чумиков А., Бочаров М., Тишкова М... PR в Интернете: Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0. Москва, 2010.- 137с.
2. Лавренчук Е... Аутопойезис.// Электронный философский журнал Vox. Выпуск 11(декабрь 2011)
3. <http://NEWSru.com> «Черная риелторша» истребляла своих двойников, подыскивая жертвы на «Одноклассниках»
4. <http://Allseo.ru>

5. <http://Собеседник.ru>