

Социальные сети: от социального эксперимента до Clubhouse

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

Гурнак Александра Владиславовна

Сотрудник

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: gurnakav@mail.ru

Современное общество сложно представить без многих благ прогресса. Таких как, например, стиральная машина, компьютер или электронная запись в поликлинику. А некоторые явления и вовсе стали флагманами своего времени [U+2012] те же социальные сети. Ведь, по сути, дети, рожденные после 2000 года, уже не представляют наше общество и процесс коммуникации в нем, исключая этот канал. То, что в начале зародилось как попытка подтвердить социальную закономерность, сейчас вполне может считаться самым сильным рычагом социального давления и манипулирования не только определенными социальными группами, но и целыми государствами. Чем более развитым становится данное явление, тем больше вопросов мы можем себе задать. Например, можем ли мы выявить некую закономерность или просчитать тенденции, можем ли мы объяснить популярность TikTok и Clubhouse, возможно ли утверждать, что пандемия стала толчком к реформатизации соцсетей, или она просто ускорила и без того возникшие тенденции? В рамках данного текста постараюсь тезисно изложить наиболее значимые вехи исторического развития данной проблематики, а также акцентировать ваше внимание на возможных тенденциях.

История социальных сетей началась еще задолго до возникновения Интернета. Как социальное явление, при котором людям свойственно образовывать социальные связи, нашло свое отражение в различных философских и политических кружках Античности, а потом уже и в более малоформатных, к примеру, книжных или кулинарных кружках, получивших популярность в 19-20 веках. Однако социальные сети, в том виде в котором мы привыкли их наблюдать, появились только лишь в 90-х годах 20 века.

Официально первой социальной сетью можно считать американский портал Classmates.com. Однако интерфейс сайта более напоминает базу данных для поиска одноклассников. Стандартный, в нашем понимании, интерфейс соцсетей появился в 1997 году, и связан он с запуском социальной сети под названием Six Degrees. Создание данной сети было не чем иным, как попыткой доказать «теорию шести рукопожатий», которая является ключевой в изучении социальных связей.

Настоящий всплеск интереса к социальным сетям можно отметить в 2003-2004 годах в США (MySpace, LinkedIn, Facebook) и 2006 году в России (Одноклассники, ВКонтакте). Однако, как и любое ультрамодное направление (мейнстрим), спустя некоторое время (к 2010 году) социальные сети начинают терять популярность среди подписчиков. Происходит это по нескольким причинам. Во-первых, интернет-пространство заполняется огромным количеством различных соцсетей, каждая из которых делает акцент на каком-то ключевом отличии своих подписчиков от остальных (национальное, гендерное, классовое, религиозное, профессиональное). Во-вторых, стандартный формат соцсетей наскучил пользователям, и они стали «мигрировать» на иные порталы. Третьим фактором можно считать возросшее опасение общественности относительно интернет-безопасности и защиты личности.

В этот период (2010-2011 года) в мировой политике происходит очень важное событие, частью которого непосредственно становятся социальные сети. В арабском мире происходит «арабская весна». Ведь тогда именно в социальных сетях продвигаются революционные идеи, осуществляется манипулирование общественным мнением и аккумуляция агрессивно настроенной части общества. Для широкой общественности этот факт не имел большого значения, когда как многие государства осознали весь потенциал обладания глобальной соцсетью.

Возросший общественный интерес к социальным сетям в период «арабской весны» носит крайне ситуационный характер, и интерес широкой общественности к соцсетям продолжает падать.

В этот период в мировом технологическом прогрессе намечается тренд на мобильную камеру высоко разрешения. Делать качественные фото, в том числе и личные, становится мейнстримом. Так, 2012 год был официально назван годом *selfie*. Основатели Instagram Кевин Систром и Майк Кригер очень тонко уловили намечающиеся тенденции, отсекали весь «ненужный» функционал соцсетей, в первую очередь текст, и оставили лишь фото.

Почему Инстаграм стал столь популярной соцсетью? Можно выделить несколько ключевых факторов.

Во-первых, новый формат, который был предложен аудитории социальных сетей, поддерживаемый технологической базой.

Во-вторых, фотография упрощает процесс интерпретации информации (по сравнению с текстом), тем самым сокращается время получения новой информации. Таким образом, человек становится все более зависимым от регулярного поступления новой информации.

В-третьих, в зависимости от особенностей восприятия и переработки информации большинство людей на нашей планете визуалы (80%) и визуальный контент воспринимается гораздо лучше.

Социальные сети позволили перенести бизнес в новую плоскость и аккумулировать денежные и человеческие ресурсы. С приходом коммерции в социальные сети появился целый ряд новых профессий, как например *smm*-специалист. Интернет-продвижение также изменилось.

Совсем недавно мир покорила новая социальная сеть TikTok, потенциал которой до сих пор не раскрыт до конца. Однако мы уже можем проанализировать природу популярности TikTok.

Во-первых, видео-формат еще больше сокращает процесс интерпретации информации (по сравнению с фото), тем самым сокращается время получения новой информации, что становится крайне актуально в эпоху «клипового сознания».

Во-вторых, «арабская весна» стала причиной переосмысления государствами роли социальных сетей на государственном, политическом и экономическом уровнях. Теперь совершенно справедливо можно утверждать, что тот, кто владеет глобальной социальной сетью, тот владеет миром. По этой причине TikTok имеет хорошую государственную поддержку и финансирование.

Пандемия так же оказала влияние на тенденции в эволюции социальных сетей. Сейчас в авангарде социальная сеть Clubhouse. Исключительной особенностью этой соцсети, по сравнению с другими, является опора на аудиоконтент. Это явление имеет в основе несколько причин.

Во-первых, люди становятся все более зависимыми от объема информации, потребляемой за день, и аудиоконтент позволяет нам получать информацию тогда, когда по каким-либо причинам невозможно воспользоваться привычным видеоформатом.

Во-вторых, не стоит забывать, что по восприятию информации почти 20% населения планеты являются аудиалами.

В-третьих, уже несколько лет общемировая тенденция на рынке развлекательных услуг [U+2012] аудиоформат, например, экскурсии или театральные представления проходят в необычных локациях, но с обязательным персональным аудионосителем.

Уже сейчас возможно спрогнозировать тенденции в эволюции социальных сетей. Все больше акцент будет делаться на технический потенциал, например, VR и AR. Также стоит сказать, что в данном сегменте все больше и больше будет возрастать роль государства, в частности, в вопросах регулирования и финансирования.

Источники и литература

- 1) Кули Ч.Х. Человеческая природа и социальный порядок. М.: Идея-Пресс, Дом интеллектуальной книги (ДИК), 2000. — 320 с.
- 2) Могилевская Г. И. Информационная война в социальных сетях // Молодой ученый. — 2015. — №15. — С. 650-654.
- 3) Таратута Е.Е. Философия виртуальной реальности. Монография. СПб.: Изд-воСПбГУ, 2007. — 148 с.
- 4) Ритцер Дж. Современные социологические теории / Пер. с англ. А. Бойков, А. Лисицына. 5-е изд. — СПб.: Питер, 2002. — 688 с.
- 5) Павленко В.В. Роль современных социальных сетей в социальных и политических технологиях / В. В. Павленко // Матер. Междунар. науч.-практ. конф. [U+2015] Молодежь в постиндустриальном обществе [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://hsjournal.org/wp-content/uploads/2012/11/pavlenko.pdf>