

## Цифровое пространство как социальная среда информационного общества

**Кулакова Анна Викторовна**

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра социологии коммуникативных систем, Москва, Россия

*E-mail: Hanna-anna2010@rambler.ru*

Человек, как известно, существо биопсихосоциальное, исходя из этого, поддерживать полноценную жизнедеятельность без социума не может. Потребность в общении является базовой социальной потребностью человека и выражается в чувстве безопасности, желании быть понятым и принятым[1]. Человек всегда находил способы коммуникации с соотечественниками, начиная с шумерской клинописи и заканчивая миром виртуальной реальности сегодня. История не стоит на месте, а вместе с ней и уровень развития обществ, с присущими им достижениями науки и техники. Современное общество - общество информации, общество знания[2]. Здесь правят информационные технологии и коммуникационные системы, образующие сетевую структуру общества[3]. В связи с чем и благодаря чему, одним из социальных институтов современного общества выступает институт блогинга.

Феномен блогинга в России берет свое начало в 00-х годах XXI века, где за точку отсчета определяют 2001-2002 годы, когда появляется блогинг-платформ LiveJournal.ru, Diary.ru[4]. Сфера блогинга зарубежом развивается стремительнее и масштабнее, в Россию с отставанием в несколько лет приходят широко известные Twitter\* (2006 г.) и Youtube (2005 г.). На сегодняшний день основной платформой для блогинга в России считается Instagram\*\* (далее - социальная сеть 1), YouTube, ВКонтакте и Telegram[5]. По данным исследовательской компании Mediascope в марте 2022 года российская аудитория социальной сети 1 насчитывала 40 млн пользователей, что является абсолютным лидером по количеству пользователей среди других социальных сетей[6]. В наши дни наличие активного аккаунта в социальной сети, а тем более, в социальной сети 1 является необходимым условием не только для каждого человека, но и для коммерческих организаций. Однако подавляющее большинство пользователей, позиционируемых себя как блогеры определяются как блогеры-инфлюенсеры, работающие в одиночку и представляющие свои личные интересы.

Указанная выше категория блогеров являет собой наиболее плодородную сферу для изучения феномена блогинга как социального института. Инфлюенсеры вынуждены поддерживать постоянную связь со своей аудиторией для непосредственного обмена информацией и продажи собственных рекламных услуг. В то время как количество подписчиков, активность их взаимодействия с блогером, стоимость продукта блогера или стоимость размещения рекламы в блоге оказываются одними из определяющих показателями успешности проекта.

Именно поэтому одной из актуальных тем для изучения в выбранном направлении представляется категория успеха в среде блогеров. В настоящее время феномен блогинга лишь набирает свою популярность и рассматривается индивидами как необходимый элемент системы современного цифрового общества.

\* принадлежит компании Meta, признанной экстремистской организацией и запрещенной в РФ

\*\* принадлежит компании Meta, признанной экстремистской организацией и запрещенной в РФ

### Источники и литература

- 1) Маслоу А. , Мотивация и личность: Пер. с англ. А.М. Татлыбаевой. – СПб.: Евразия, 1999. – 478 с.
- 2) Белл Б. Грядущее постиндустриальное общество. [Пер. с англ.]. М.: Академия, 2004. 578 с.
- 3) Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура: Пер. с англ. под науч. ред. О.И. Шкаратана. — М.: ГУ ВШЭ, 2000. — 608 с.
- 4) Краткая история развития блогинга: от «Бред-социума» до Лапенко от 26.09.2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://texterra.ru/blog/kratkaya-istoriya-razvitiya-bloginga.html>, свободный (23.11.2022)
- 5) ВЦИОМ назвал самые популярные соцсети в России от 18.04.2022 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/media/news/2022/04/18/918515-vtsiom-samie-populyarnie-sotsseti>, свободный (12.12.2022)
- 6) Mediascope: аудитория Instagram в России снизилась на 16%. Сейчас им пользуются более 30 млн человек от 20.03.2022 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://daily.afisha.ru/news/61262-mediascope-auditoriya-instagram-v-rossii-snizilas-na-16-seychas-im-polzuyutsya-bolee-30-mln-chelovek/>, свободный (23.11.2022)