

Салтанович Ирина Петровна

кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры истории
и социальных наук

Минский государственный лингвистический
университет

Минск, Беларусь

irynpetuni1@gmail.com

СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА – СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ: ОТ ГЛОБАЛЬНОГО К ЛОКАЛЬНОМУ

В статье переосмысливается социальная ситуация в условиях мира, все более опосредованного цифровыми технологиями, которые существенно изменились за последние 20 лет, и ключевым событием стало появление социальных сетей. Рассматриваются понятие и процесс, при которых цифровые технологии, такие как платформы социальных сетей и опосредованная коммуникация, происходящая в них, значительно изменили способы социального взаимодействия. Также одной из граней их характеристики является глокальность, подчеркивающая двойственный характер изучаемого объекта. Автор раскрывает, что социальная структура, сформированная технологическими изменениями, всегда опирается на культуру, которая позволяет их создавать и использовать.

Ключевые слова: социальные медиа; социальные сети; глокализация; цифровизация; культура.

Движение вперед связано с модернизацией, совершенствованием материалов, индустриализацией, научно-техническим прогрессом, новыми знаниями о человеке и Вселенной. Концепция развития, будучи многомерной, применима к различным областям, в том числе и к средствам массовой информации. На современную науку сильное влияние оказывает растущее число вопросов, связанных с влиянием на социальное развитие оцифрованного социума социальных сетей в различных формах, определениях и форматах.

Обмен информацией так же стар, как и история человечества и только новые технологии оцифровали и дифференцировали этот процесс. Чтобы лучше понять цифровизацию, необходимо сосредоточить внимание как на культурных изменениях, которые она приносит, так и на ее результативности – конечной точке, где находятся пользователи цифры, то есть на весь ее социокультурный аспект. «Цифровая культура в ее нынешнем специфическом виде, – определяет ее появление Ч. Гир. – является исторически обусловленным явлением, различные компоненты которого впервые возникают как реакция на потребности современного капитализма, а затем объединяются требованиями середины двадцатого века» [1, с. 14].

В статье затрагивается только одна грань этого движения, направленная на возможность представить и описать влияние социальных сетей на развитие общества в постоянно меняющемся информационном пространстве, добавив дополнительную опцию глокальности.

Многие цифровые технологии становятся неотъемлемой частью процессов, ранее не соприкасающихся с медиа. Следовательно, СМИ, коммуникация

и информация начинают играть ключевую роль в структуре и функциональной логике многих систем, которые ранее носили чисто технический, экономический или социальный характер. Поскольку большая часть «продукта» средств массовой информации производится и распространяется в цифровом виде, то, сливаясь, СМИ создают цельное цифровое медиaprостранство

Цифровизация влияет на медиа и коммуникацию на двух разных уровнях: она запускает фундаментальные изменения в медиасистеме и вызывает медиатизацию немедийных систем. С цифровизацией происходят изменения в медиaprостранстве: преобразовываются традиционно существующие СМИ и создаются новые. По словам Ч. Гира, «“цифру” можно рассматривать как маркер культуры, поскольку она охватывает как артефакты, так и системы обозначения и коммуникации, которые наиболее четко отделяют наш современный образ жизни от предыдущего» [1, с. 16].

Характеризуя цифровое общество, Б. Веллман [2] активно вводит в современный научный дискурс и расширяет понятие *глокализация* (glocalization), впервые предложенное Р. Робертсоном в 1992 г., утверждавшим, что глобализация производит не единообразие в мировой системе, как предполагалось, а различия и фрагментацию мира на множество глокальных реальностей [3]. Глокализация – одновременное проявление как универсальных, так и партикулярных тенденций в современных социальных, политических и экономических системах [4].

Глокализация играет жизненно важную роль в развитии средств массовой информации, адаптируя медиаконтент в глобальном и локальном масштабе. Это означает, что производимые СМИ глокализированные продукты (информация) по определению будут представлять максимальный интерес для конечного потребителя, поскольку глокализация делает их более близкими интересам и потребностям конкретного человека.

Термин *сеть* является отправной точкой для понимания культурных модификаций. Это один из ключевых компонентов социальных изменений, поскольку трактовка сетевого подхода заключается в том, что «новая коммуникационные технологии изменили классическое отношение между временем и пространством». Кроме того, способ изменения этого отношения подтверждается выражениями Кастельса «физическое пространство уступает место движению», Моско «захватом времени и пространства капитализмом», Гидденса «уменьшением зависимости времени-пространства», «сужением пространства-времени» Харвея и Баумана, в которых «пространство-время» воссоединились [5, с. 67].

Зная, что информация – сила, без средств распространения люди не могут использовать ее. Одним из положительных эффектов социальных медиа и является распространение информации в современном мире.

Новые медиа – концептуальный подход

Сегодня концепция новых медиа часто используется вместо понятия *мультимедиа*, которое квалифицируется как платформа, которая объединяет различные коммуникационные компоненты в сеть.

Хотя термины *социальные медиа* и *социальная сеть* кажутся взаимозаменяемыми, у них есть определенные различия. По сути социальные медиа – это платформа для распространения информации, тогда как социальные сети – площадка для общения друг с другом. Социальные медиа – это канал связи, тогда как в социальных сетях общение носит двусторонний характер.

Термин *СМИ* обычно напоминает нам о традиционных средствах массовой информации, таких как газеты, журналы и телевидение. Тем не менее, когда к нему добавляется слово *социальные*, термин приобретает совершенно другую наполненность и характеристику. Социальные медиа определяет технологический компонент, а также гибкость, когда речь идет о том, как человек потребляет, делится и сотрудничает и что потребляет. Таким образом, социальные медиа лучше всего можно описать как интернет-способ публикации или трансляции цифрового контента, с которым читатели могут в полной мере взаимодействовать.

Они помогают упростить доступ к тому, что вас интересует, что вы делаете и тому, что вам навязывают. И, опять же, контент может доставляться через личные или деловые контакты, в виде средств массовой информации или любых других сообществ или организаций, которые интересуют пользователя.

В чем же разница между социальными медиа и социальными сетями?

Она четко прослеживается. *С о ц и а л ь н ы м м е д и а* требуется социальная сеть именно для предоставления контента тем, кто хочет его потреблять и взаимодействовать с ним. Следовательно, ткань социальных сетей является базовой технологией человеческих связей, в то время как социальные медиа объединяют и сосредотачивают всю информацию на цифровой платформе. В выстраивании тесных связей, противоречий, универсальности и специфичности, во взаимопроникновении локального и глобального и проявляется феномен глокализации.

С о ц и а л ь н ы е с е т и – это собирательный термин для веб-сайтов и приложений, ориентированных на общение, участие сообществ, взаимодействие, совместное использование контента и совместную работу, имеющих огромную популярность во всем мире. Мобильные приложения делают эти платформы легкодоступными. Например, наиболее популярные VK, Instagram, Twitter, Facebook, LinkedIn и др.

Оксфордский словарь [6] дает им следующее определение: сеть социальных взаимодействий и личных отношений; выделенный интернет-сайт или другое приложение, которое позволяет пользователям общаться друг с другом, размещая информацию, комментарии, сообщения, изображения и т.д.; веб-сайты и приложения, которые позволяют пользователям создавать и обмениваться контентом или участвовать в социальных сетях.

Глоссарий ИТ Gartner предлагает определение социальной сети как «Акт установления онлайн-соединений “многие ко многим” для целей обмена информацией с сетью или ее подмножествами».

Согласно М. Кастельсу, существует четыре характерные особенности влияния мультимедиа/новых медиа на социальные сети и культурные изменения. Мультимедиа:

- это общая социокультурная дифференциация, ведущая к ухудшению пользователи/аудитория/читатели;
- увеличение социального расслоения среди пользователей;
- объединение всех сообщений в общий когнитивный шаблон;
- ограничение большей части форм культурного самовыражения в попытке защиты всех различий в своего пространства [7, с. 495–496].

Именно такая трактовка нелинейного расширения медиа масштабов, соединение, казалось бы, несоединимого, проявление дифференциации в процессе интеграционных медиа-социо-процессов ярче всего проявляется в глокализации.

Специалисты пытаются определить точку, когда произошел взрыв в использовании сайтов социальных сетей. Мы наблюдаем ежегодное увеличение числа пользователей на 20 %, и в настоящее время оно достигло 4,62 млрд, что составляет 58,4 % от общей численности населения по данным Digital 2022 Global Overview Report [8].

В 2021 г. объем глобального рынка персональных компьютеров составил 348,8 млн штук, увеличившись на 14,8 % в сравнении с 2020 годом. Спад, наблюдаемый в первом квартале 2022 г., ускорился во втором, вызванный продолжающейся геополитической нестабильностью. Отметим, что мировой рынок ПК вырос в 5 раз вследствие пандемии [9].

Как показывают результаты социологического исследования, проведенного Институтом социологии НАН Беларуси осенью 2020 г. с целью выявления характера и направленности информационных предпочтений жителей малых городов, тенденция снижения значимости традиционных СМИ и одновременного роста статуса новых медиа становится закономерностью, в том числе и на уровне регионального медиапотребления. В частности, доля пользователей новых медиа (социальных сетей, информационных и новостных сайтов, мессенджеров) уже существенно выше, чем у традиционных [10, с. 227].

Синхронизация глокальной коммуникации в социальных сетях

Социальная сеть по своей сути глокальна – глобальное информационное пространство взаимодействия вырастает из локальных интересов, локальных единиц информации, локальных точек взаимопроникновения. Показательным примером может служить Facebook как компания с глобальными элементами [11], что означает использование его во всем мире в качестве платформы для связи любого человека с всеми. Леонард Ли также полагает, что Facebook глокализует свой контент, настройки или функции внутри приложения. Например, языковые настройки, учитывая, что язык является одним из основных элементов культуры, то есть локальное в глобальном [12]. Таким образом, Facebook как глобальная компания принимает во внимание культурный аспект. Помимо этого функция «Рядом» также является примером глокализации для привлечения пользователей из разных стран, чтобы помочь узнать о местных событиях, организациях и рекомендовать друзей, находящихся в том же регионе, а также функция «местной рекламы».

В определенном смысле все социальные сети и сервисы – это большой мегаполис, где человек всегда находится в толпе, но эта толпа равнодушна, хотя бы потому, что ожидать действенных реакций даже от круга «френдов» нецелесообразно: алгоритмы ранжирования новостной ленты не гарантируют показ каждого поста среднестатистического френда.

Следовательно, даже если конкретные социальные связи с конкретными людьми настолько тесны, что клиент онлайн-сервиса может рассчитывать на участие ближнего круга, технически может получиться так, что этот ближний круг будет мало осведомлен о происходящем у этого человека. Так что, обеспечив себя толпой, мы не можем гарантировать ее погруженность в наши проблемы. Если мы говорим про доцифровую среду, то количество контактов у человека могло быть значительно меньше в течение жизни – вспомним число Данбара (число Данбара – ограничение на количество постоянных социальных связей, которые человек может поддерживать, в человеческих сообществах лежит в диапазоне от 100 до 230, чаще всего условно принимается равным 150 [13]), но при этом отношения могли быть гораздо менее близкими [14].

В своей классической работе М. Грановеттер «The Strength of Weak Ties» («Сила слабых связей» (1973)), утверждал, что, хотя сильные связи (т. е. близкие отношения с друзьями и семьей) важны для эмоциональной поддержки, слабые связи (т. е. более отдаленные или случайные отношения) более ценны с точки зрения предоставления доступа к новой информации и возможностям. Теория слабых связей, возникшая как концепция в социологии, объясняющая роль более слабых социальных связей в облегчении коммуникации и обмена

информацией имеет важное значение для сайтов социальных сетей, которые могут служить мощными инструментами для создания и поддержания таких связей.

Сайты социальных сетей изменили то, как люди относятся друг к другу. Люди со всего мира могут узнать о конкретном событии, происходящем на другом конце света, нажав на кнопку. Щелчок сам по себе может не изменить мир, но если он объединится с тысячами кликов других людей, он может произвести огромный эффект.

Назовем некоторые из наиболее очевидных характеристик социальных сетей. Одним из больших недостатков является присутствие непроверенной информации. Более того, эта дезинформация распространяется молниеносно, и ее трудно контролировать. Также, предоставляя некоммерческим организациям свободную среду для самовыражения, социальные сети могут превратить любого человека в «могущественного агента». Благодаря своей способности объединять многих людей и направлять их к определенной цели, социальные сети дают возможность миллионам инициировать социальные изменения, а при умелой координации действий результат может быть непредсказуемым.

Эти факторы привели к тому, что социальные сети превратились из удобных средств для поддержания связи с друзьями и семьей в способы влияния, оказывающие реальное воздействие на общество в области политики, бизнеса, мировой культуры, образования, карьеры, инноваций и многого другого.

На примерах формирования медиареальности в контексте глокализации мы наблюдаем соединение глобального и локального, адаптацию глобальных процессов под местные условия. В. Игнатьев интерпретирует современную глокализацию как форму «соединения двух противоречивых сетевых пространств: территориально-локального и информационно-сетевого». Автор предполагает, что структуру современного глобального информационного общества образует сеть «информационно-центростремительно ориентированных» локальных социокультурных комплексов. По его мнению, мы можем говорить о приходе на смену локальным обществам не единого глобального сообщества, а множества автономных сетевых социумов, возникших в «узлах» мировой коммуникации.

При рассмотрении коммуникационных технологий аргументирована целесообразность ни в коей мере не забывать о значительности и мощи их воздействия [15], поскольку способ их использования может повлиять на изменения наших коммуникативных и культурных моделей.

С методологической точки зрения способность исследователей социальных сетей делать заявления о причинно-следственных связях ограничена малым количеством экспериментальных или лонгитюдных исследований. Учитывая растущее количество социальных сетей, а также количество интер-

нет-сайтов, растущую академическую сеть, локальное, региональное и глобальное влияние социальных сетей представляет собой серьезную основу для дальнейших исследований.

Некоторые считают сайты социальных сетей связующим звеном, одним из лучших нововведений XXI в., другие опасаются негативных последствий. Нельзя отрицать тот факт, что социальные сети постоянно находятся в развитии, реально присутствуя в повседневной жизни. В будущем существует большая вероятность того, что мы будем использовать «социальный интеллект», генерируемый на основе пользовательских данных.

Кроме того, в настоящее время большие данные, искусственный интеллект, дополненная и виртуальная реальность выступают в качестве катализатора в процессе автоматизации создания искусственного интеллекта, и в ближайшие несколько лет мы сможем стать свидетелями полного «переформатирования» социальных сайтов. Не зря ведущие фигуры в области разработки технологий искусственного интеллекта, включая Илона Маска и сооснователя Apple Стива Возняка, предлагают сделать паузу в развитии технологий искусственного интеллекта до тех пор, пока не будут разработаны и применены надежные протоколы безопасности.

В будущем гиперподключенный мир будет поддерживать до 1 миллиона устройств на квадратный километр зоны покрытия, что на несколько порядков больше, чем 60 000 устройств, которые в настоящее время возможны в сетях 4G LTE. Сенсорные устройства станут вездесущими — только в этом году будут работать 20,4 млрд устройств со встроенными подключенными датчиками. В этом будущем само определение масштаба изменится — вместо миллиардов устройств мир будет поддерживать сотни миллиардов или, возможно, триллионов. Общий объем данных, произведенных за всю историю человечества, который уже удваивается каждые два года, вероятно, будет удваиваться каждые шесть месяцев. Хотя цифры впечатляют, мы еще крайне мало задумываемся о том, как будет выглядеть этот мир и каковы вероятные положительные и отрицательные последствия [16].

Социальные сети вездесущи и имеют огромный потенциал в будущем. Мы будем замечать футуристические технологические изменения на этих платформах. С ростом интенсивности международных связей и масштабов глобальных процессов расширяется и культурно-цивилизационное многообразие современного мира. Другими словами, социальная структура, сформированная технологическими изменениями, состоит из различных культурных форм. Цифровой мир пришел с межкультурной интеграцией и создал адаптационную среду. Процесс адаптации создал радикальные изменения и образ жизни, в основе которых лежат технологии. И, как утверждает Ч. Гир, конкретные элементы технологии менее важны, чем культура, которая позволяет их создавать и использовать.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гир, Ч. Цифровая контркультура [Электронный ресурс] / Ч. Гир. – Режим доступа: http://docplayer.ru/29837976-Cifrovaya-kontrkultura-charli-gir-perevod-d-galkina.html#show_full_text. – Дата доступа: 05.08.2021.
2. Wellman, B. Physical place and cyberplace: The rise of personalized networkin / B. Wellman // International Journal of Urban and Regional Research. – 2001. – 25(2). – P. 227–252.
3. Robertson, R. Globalization: Social Theory and Global Culture / R. Robertson // Theory, Culture & Society. – SAGE Publications Ltd. – 1992. – 224 p.
4. Globalization [Electronic resource] : Britannica. – Mode of access: <https://www.britannica.com/topic/glocalization>. – Date of access: 20.11.2022.
5. Chevron, N. T. Global Communication / N. T. Chevron. – Istanbul : Exlibris Publishing, 2014. – 211 p.
6. Social network [Electronic resource] : Oxford dictionary Retrieved. – Mode of access: <http://oxforddictionaries.com/definition/english/social%2Bnetwork>. – Date of access: 05.02.2023.
7. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс. – М. : ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
8. Digital 2022 Global Overview Report [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.sostav.ru/publication/we-are-social-i-hootsuite-52472.html>. – Date of access: 06.02.2023.
9. Gartner [Electronic resource]. – Mode of access: [https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D1%8C%D1%8E%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%8B_\(%D0%BC%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9_%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA\)](https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D1%8C%D1%8E%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%8B_(%D0%BC%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9_%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA)). – Date of access: 06.02.2023.
10. Черняк, Ю. Г. Медиапотребление в Беларуси: региональный аспект / Ю. Г. Черняк // Социологический альманах. – 2022. – Вып. 13. – С. 226–234.
11. Francois, E. J. Building global education with a local perspective: An introduction to glocal higher education [Electronic resource] / E. J. Francois. – 2015. – Mode of access: https://www.researchgate.net/publication/298864285_Building_global_education_with_a_local_perspective_An_introduction_to_glocal_higher_education. – Date of access: 20.03.2023. – DOI:10.1057/9781137386779.
12. Leonard, Li. Social media and glocalization [Electronic resource] / Li. Leonard. – 2015. – Mode of access: https://www.academia.edu/35252433/Social_Media_and_Glocalization. – Date of access: 20.03.2023.
13. Число Данбара [Electronic resource] : Википедия. – Mode of access: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A7%D0%B8%D1%81%D0%BB%D0%BE_%D0%94%D0%B0%D0%BD%D0%B1%D0%B0%D1%80%D0%B0. – Date of access: 04.03.2023
14. Мороз, О. Отношения в цифровой среде [Electronic resource] / О. Мороз. – 2019. – Mode of access: <https://postnauka.ru/longreads/102298> <https://postnauka.ru/longreads/102298>. – Date of access: 20.11.2022
15. Shhwarz, J. A. Umwelt and Individuation: Digital Signals and Technical Being. In Digital Existence: Ontology, Ethics, and Transcendence in Digital Culture / J. A. Shhwarz. – Lagerkvist, A., Ed. – NY : Routledge: New York, 2019. – 61 p.
16. Monaco, N. The Hyperconnected World of 2030–2040 / N. Monaco // Institute for the Future. – 2020. – 85 p.

Поступила в редакцию 11.04.2023