

УДК 94(470)»1992/2021»

## СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ФЕНОМЕН ИНФОРМАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

© Коннова Д.А., Филимонова Е.Н.

*Самарский национальный исследовательский университет  
имени академика С.П. Королева, г. Самара, Российская Федерация*

e-mail: konnonova98@mail.ru

В настоящее время в России распространение сети Интернет и социальных сетей нарастает высокими темпами. Можно с уверенностью утверждать, что «всемирная паутина» стала неотъемлемым элементом жизни российского общества. Количество пользователей стремительно растет, и число новых «страничек» в различных соцсетях увеличивается с каждым днем [4].

Целью настоящего исследования является анализ социальных сетей как сложного информационно-культурного явления в современной России и определение его социального и научно-информационного значения.

Ряд специальных исследований позволил выявить доминирующую мотивацию пользования социальными сетями и Интернетом в целом. На первом месте стоит познавательный мотив, его назвали 64 % респондентов. Этот мотив позволяет удовлетворить потребность в поиске и получении информации различной направленности, даже узкопрофильной. Далее следует деловой мотив – 52 % респондентов прибегают к соцсетям для установления контактов и взаимодействия с партнерами, для организации работы учреждений, фирм и прочего. Кроме того, соцсети предоставляют пользователям возможность реализовать свою потребность в общении с другими людьми, обрести чувство принадлежности к определенной группе. Эту потребность реализует 51 % респондентов, и, таким образом, данный критерий занимает третье место в мотивации пользователей Интернета. Следующим по значимости называется мотив самореализации – 47 %: поиск способов развития своих возможностей, способов общения, формирования интересов средствами Интернета [3]. Этот мотив наиболее ярко выражен у молодежи в России. Молодые люди создают блоги, делятся своими увлечениями или профессиональной деятельностью. Таким образом они собирают свою целевую аудиторию по интересам.

Целевая аудитория сети Интернет – это дети с 6–7 лет и пожилые граждане [2], то есть данными услугами пользуется практически все возрастные группы. Доступ к социальным сетям люди имеют 24 часа в сутки. Возможность такого свободного доступа к ресурсам Интернета создает условия для опосредованного взаимодействия пользователя Интернета с миром и для его существования в виртуальном пространстве Сети. Так Интернет порождает особое культурное пространство для своих пользователей.

В социальных сетях формируется своя электронная культура, в которой можно выделить присущие ей элементы – это язык, нормы и традиции. По одной из классификаций языков они делятся на естественные, искусственные и вторичные. Естественные языки общения в Интернете базируются на естественных языках из реальной жизни. Однако языковая адаптация сопровождается различными новшествами. Обыденное сетевое общение характеризуется примитивизацией языка, введением в него антиграмматики. Здесь можно привести следующий пример: употребление «а» вместо безударного «о» и наоборот, «и» вместо безударного «е» и наоборот, а также в слиянии слов воедино без пробела [3]. В случаях когда

фонетическое написание является нормой, нарушение нормы может делаться в сторону, противоположную фонетической. Это связано с появлением специфической молодежной субкультуры, обосновавшейся на одном популярном сайте и распространившейся по всему русскоязычному Интернету.

Помимо грамматических изменений языка, закономерно происходят изменения в лексике, основанные преимущественно на введении компьютерных терминов и сленга, присущего любой субкультуре. Освоение естественных языков Интернета пользователями помогает им быстрее социализироваться в интернет-сообществах, беспрепятственно осуществлять коммуникацию, позиционировать себя как личность.

Помимо всего этого, в социальных сетях много блогеров, публичных личностей, каждый из которых несет в массы свою идеологию и ценности. Эти люди объединяют на странице «своих людей», которые целиком и полностью поддерживают их точку зрения. Так складываются парасоциальные отношения – совокупность чувств, эмоций и мыслей, которые мы испытываем по отношению к какой-либо медийной персоне. Мы не знаем этого человека лично, мы знаем его только по социальным сетям, его проектам в Интернете, однако это не мешает ощущать определенную взаимосвязь с ним. Обычно парасоциальные отношения возникают между публичной личностью, за которой человек наблюдает, следит за ее деятельностью более года [5]. Сейчас психологи не могут точно ответить, как данные отношения влияют на человека, в большей степени позитивно или негативно. Однако никак нельзя приуменьшать влияние таких отношений, они все глубже и глубже проникают в жизнь людей.

Еще одним культурным феноменом является такое явление, как троллинг. Троллинг – это психологическое и социальное явление, отмечаемое в Интернете с 1990-х гг. и препятствующее нормальному общению в Сети. Интернет-троллями или просто троллями в социальных сетях называют людей, которые намеренно публикуют провокационные статьи и сообщения, призванные вызвать конфликты между участниками. Сами подобные статьи и сообщения также иногда называют троллями [1]. Данное явление стало особенно частым и актуальным в наши дни.

Таким образом, в эпоху информационного общества в современном развитии Интернета сформировались тысячи разнообразных социальных сетей, которыми пользуется большая часть жителей России. Социальные сети выступают как мощный фактор социальной жизни, оказывая формирующее воздействие на общественное сознание, становление личности, социальное поведение, политику и идеологию. Аккумулируя в себе гигантские массивы информации, они отражают весь комплекс социальных процессов и выступают как значимый информационный ресурс для всех гуманитарных наук, в том числе и исторической.

### Библиографический список

1. Браславец Л.А. Социальные сети как средство массовой информации: к постановке проблемы. Воронеж, 2009. С. 129.
2. Губанова Д.А., Новикова Д.А., Чхартишвили А.Г. Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства. М., 2010. С. 6–7.
3. Интернет-маркетинг. URL: [www.web-sapare.ru](http://www.web-sapare.ru) (дата обращения: 19.04.2021).
4. Леонтьев В.П. Новейшая энциклопедия персонального компьютера. М., 2002. С. 18.
5. Подкаст «Давай поговорим». Подкаст «Парасоциальные отношения». URL: <https://ru.player.fm/1BFSNPC> (дата обращения: 03.04.2021).