

Ксенія Пивоварська

ПИВОВАРСЬКА Ксенія Сергіївна – аспірант кафедри філософії
Полтавського національного педагогічного університету імені
В.Г. Короленка. Сфера наукових інтересів – соціальна філософія,
філософія техніки.

ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ВІРТУАЛЬНИХ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

Стаття присвячена дослідженню чинників, які вплинули на виникнення та становлення віртуальних соціальних мереж. Обґрунтовується необхідність їх вивчення задля можливого прогнозування та впливу на їх подальший розвиток. Пропонується декілька варіантів їх класифікацій, які можуть послужити основою для подальших досліджень.

Ключові слова: *віртуальні соціальні мережі, чинники розвитку, постіндустріальна цивілізація, віртуальна реальність, мережеве суспільство.*

Актуальність обраної теми зумовлена швидким поширенням віртуальних соціальних мереж по всьому світі. Україна, хоча і вступила у цей процес із запізненням порівняно з більш розвинутими країнами Заходу, за кількістю користувачів посідає наразі не останнє місце у світі. Наша країна входить у п'ятірку країн-найактивніших користувачів соціальних мереж: 81% усіх, хто відвідує Інтернет, послуговуються їх веб-сайтами [1]. Необхідність розібратися у причинах такої популярності – не лише винятково науковий інтерес, але і важливий крок до розкриття шляхів їхнього подальшого розвитку та можливих механізмів регулювання. Виявлення причинно-наслідкових зв'язків дозволить вірно інтерпретувати процеси, що протікають у віртуальних соціальних мережах, з'ясувати походження тих чи інших тенденцій. Таким чином, дослідження чинників появи та активного розвитку віртуальних соціальних мереж має не лише суто теоретичне, а і практичне значення.

Наукова новизна даної розвідки полягає у виявленні декількох підходів до класифікації вищезазначених чинників, а також в розкритті тих суспільних процесів, які призвели до появи віртуальних соціальних мереж. Було уточнено, які саме фактори найбільше вплинули на розквіт сайтів технології Веб 2.0, та як вони взаємодіють між собою.

Питання виникнення, історії та чинників формування віртуальних соціальних мереж не знайшло докладного висвітлення в науковій лі-

© К. С. Пивоварська, 2013

тературі. Це пов'язано передовсім із новизною даної теми, оскільки саме явище з'явилося зовсім нещодавно. Також слід відмітити деяку «несерйозність» – віртуальні соціальні мережі сприймаються не як серйозний феномен сучасного суспільства, а як іграшка для підлітків та молоді. Можна виділити ті джерела, які дозволяють проаналізувати механізми виникнення інтернет-сегменту нового типу. Це передовсім теорія мережевого суспільства (М.Кастельс), дослідження еволюції технічних засобів (А.Коротков), вивчення культурно-філософських підвалин формування нового типу комунікації (В.Канке). В цілому цей напрямок, як і дотичний – історія формування віртуальних соціальних мереж – потребує подальшого висвітлення.

Причини появи віртуальних соціальних мереж різноманітні. Зрозуміло, що вони детерміновані не одним чинником, а цілою низкою. До класифікації цих чинників можна підходити із різними критеріями. На нашу думку, першим можна назвати класифікацію за сферами суспільного життя. Серед найголовніших можна виділити такі:

а) Технологічні. Серед них особливе місце посідає створення мобільних комп'ютерних пристроїв на базі кремнієвого чіпу. В 1958 році фізик Роберт Нойс винайшов інтегральну мікроелектронну схему, яку ми зараз називаємо чіпом. Вона дозволила перейти від громіздких та незручних ЕОМ першого покоління до сучасних, які легко вміщуються на долоні та зручні для постійного носіння з собою [2, с.10]. Здешевлення таких пристроїв зробило їх доступними для майже кожного жителя більш-менш розвиненої країни, в тому числі України. Їх еволюція була різкою та набагато перевищувала звичні до того темпи. Відоме висловлювання комп'ютерного магната і мультимільонера Білла Гейтса: «Якби автомобіль прогресував так само швидко, як комп'ютер, «роллс-ройс» коштував би зараз менше долара, а на літрі бензину можна було б проїхати тисячу кілометрів» [3, с.107]. Це дозволило мобільним комп'ютерним пристроям швидко поширитися і серед різноманітних організацій, і серед населення. Водночас експоненціально зростає і потужність електронних пристроїв. Закон Мура гласить, що потужність обчислювальної техніки зростає удвічі кожні два роки. Для прикладу – у звичайному пристрої iPhone більше можливостей для обробки інформації, ніж у «Аполлона-11», що здійснив висадку на Місяць [4]. Збільшення швидкості та якості електронної взаємодії спрощує процес передачі даних та підвищує рівень багатозадачності приладу.

Але без доступу до мережі навіть найпотужніші пристрої залишаються гібридом друкарської машинки, калькулятора та ігрової приставки. Розвиток технологій зв'язку та доступу до швидкісного Інтернету, в тому числі бездротового, дозволив користувачам віртуальних соціальних ме-

реж завантажувати та скачувати контент за невелику платню, а інколи й безкоштовно. Розширення пропускної здатності Інтернет-каналів полегшує проходження ними великих об'ємів інформації, що дозволяє користувачам набагато оперативніше реагувати на події. Нарешті, не слід забувати і про нематеріальну основу мережі – програмне забезпечення, на базі якого працює Веб 2.0. Постійне удосконалення механізмів пошуку, мобільні додатки, розширення можливостей віртуальних соціальних мереж роблять їх пристосованими для вирішення найрізноманітніших задач.

б) Соціально-побутові: поліпшення умов життя в розвинутих країнах призвело до збільшення вільного часу. Наслідком стала поява нових можливостей для спілкування, самореалізації та розваг. Існуюча інфраструктура не відповідала зростаючим потребам, звичні форми проведення дозвілля стали недостатніми, особливо для молоді.

Індивідуалізація життя та криза ортодоксальних життєвих цінностей стали причиною появи не обтяженої надмірним етикетом комунікації. Вона каталізувала процеси розпаду традиційної сім'ї та замінила звичні спільноти новими, збудованими не на родинно-сусідських зв'язках, а передовсім на спільних інтересах. Таке зростання ролі глобальних зв'язків вимагало інструменту для зв'язку людей, віддалених у просторі. В загальному глобалізація вимагала нових інструментів спілкування, які і були представлені Веб 2.0.

в) Інформаційно-когнітивні. Обставини повсякденного життя створюють необхідність у великій кількості інформації. До того ж вона надзвичайно швидко застаріває: якщо в позаминулому столітті новина могла йти до віддалених частин світу декілька тижнів, а то і місяців, то сьогодні ранкові новини вже неактуальні для вечора. Якими би професійними не були кадрові співробітники ЗМІ, вони не в змозі охопити увесь спектр подій. На допомогу їм приходять непрофесіонали – пересічні люди, які зафіксували чи просто стали свідками надзвичайних або цікавих подій та можуть ними поділитися. Оперативність віртуальних соціальних мереж наближається до моментального відображення дійсності.

Віртуальні соціальні мережі дозволили наблизитися до цивілізації «фотографічної пам'яті», коли кожен момент буде фіксуватися у електронних медіа шляхом його розміщення усіма учасниками онлайн-спільнот. «Ми матимемо такий масив інформації про себе, який навіть важко було уявити» – писав Тоффлер, і поява віртуальних соціальних мереж стала реалізацією цього довгострокового прогнозу [5, с. 297].

г) Особистісні. Віртуальні соціальні мережі створюють майданчик для можливості самореалізації у різних аспектах – творчому, особистісному, політичному, економічному тощо.

Велику роль відіграє зараз прагнення бути модним та не відставати від інших. Гадамер писав: «Фактично її [моди] складовою є емпірична спільність, оглядка на інших, порівняння, а разом з тим і перенесення себе на загальну точку зору. У цьому ступені мода створює громадську залежність, якої насилу можна уникнути» [6, с. 79]. Такого роду залежність прослідковується і у залученні до віртуальних соціальних мереж. Це інколи призводить до профанації ідеї соціальних мереж: наприклад, інколи держчиновники створюють акаунти у соцмережах, а їх наповнення займаються підлегли, не дуже піклуючись про інтерактивний зв'язок з населенням.

Більш того, відсутність акаунту у соціальній мережі може бути розцінене як відхилення від норми, що означає у кращому випадку консервативність та закритість, а у гіршому – психічні відхилення. Не мати акаунту в соціальних мережах означає відставати від мейнстріму, а разом позбавляти себе тих можливостей, які він надає.

д) Бізнесові. Розвиток підприємництва, а особливо третього сектору економіки – сфери послуг – вимагав залучення великої кількості нових користувачів Інтернету, які стануть споживачами різних онлайн-послуг. Віртуальні соціальні мережі стали і новим майданчиком для реклами, в тому числі вірусної. Вірусна реклама – такий її тип, що не транслюється цілеспрямовано її авторами через традиційні носії (телебачення, радіо, друкована продукція тощо), а завдяки внутрішнім механізмам (незвичності, цікавості, шокуючості тощо) розповсюджується безпосередньо між користувачами мереж, котрі не отримують від цього ніякої вигоди. Віртуальні соціальні мережі стали ідеальним середовищем для виникнення та поширення такого типу реклами.

Збільшення частки самозайнятих працівників-фрілансерів, які працюють з дому, вимагало зміни звичної парадигми користування мережею. Веб 2.0 надали інструменти для пошуку замовників, розміщення інформації про власну продукцію та навіть «чорних списків» недобросовісних виконавців. Рекомендаційні можливості віртуальних соціальних мереж замінюють «сарафанне радіо» для глобалізованого світу.

е) Громадсько-політичні. Поширення концепції розвитку громадянського суспільства вимагало інструментів самоорганізації, які не залежали б від державного апарату та не контролювалися ним. Віртуальні соціальні мережі стали ідеальним місцем для соціальної активності, а завдяки механізмам об'єднання у спільноти – ще і доволі ефективним способом відстоювання своїх прав. Веб 2.0 допомагає також у поширенні інформації, яка замовчується офіційними ЗМІ, чи такої, що може бути небезпечною для автора.

Водночас і політики потребували нових форм взаємодії з виборцями, в умовах, коли офіційні способи втрачають свою ефективність. За-

вдяки тому, що віртуальні соціальні мережі мають потужний потенціал, заснований на слабких зв'язках та довірі до особистісного спілкування, вони стали одним із важливих інструментів виборчих кампаній.

є) **Філософсько-культурні.** Постіндустріальна цивілізація, яка стала вже загальним місцем у науці, природнім чином змінює свої культурні засади. Цій епосі в цілому, і кіберпростору зокрема, повною мірою відповідають доміанти філософського постмодернізму, виділені російським філософом В. А. Канке: агоністика мовних ігор, дисконсенсус (а не консенсус), дискретність (а не безперервність і прогрес), множинність (а не єдність), нестабільність (а не стабільність), локальність (а не просторова загальність), фрагментарність (а не цілісність), випадковість (а не системність), гра (а не мета), анархія (а не ієрархія), розсіювання (а не центрування), апофатика (а не позитивність), рух на поверхні слів і речей (а не вглиб їх), слід (а не позначуване і позначаюче), симулякр (а не образ), поверховість (а не глибина), лабіринт (а не лінійність), невизначеність (а не визначеність), іманентне (а не трансцендентне), естетика парадоксально-піднесеного (а не прекрасного й уявлюваного), спокуса (а не виробництво) [7, с. 121]. Віртуальні соціальні мережі зримо втілюють ці принципи, водночас формуючись під їх впливом та доповнюючи їх завдяки власному розвитку.

Можна по-іншому згрупувати та класифікувати ті чинники, які сприяли становленню та розвитку віртуальних соціальних мереж. Ми можемо в якості другого підходу представити їх виникнення як результат еволюції та взаємопроникнення декількох незалежних процесів. Одним із перших необхідно назвати формування так званого мережевого суспільства. М.Кастельс пише: «Нова форма держави – мережева держава» [8, с.447]. Віртуальні соціальні мережі, таким чином, є відображенням у віртуальності процесів, що відбуваються в реальності: мережевий принцип формування спільнот поширюється у всіх напрямках суспільного життя. Перехід від Веб 1.0 до Веб 2.0 стало закономірним етапом розвитку мереж – включенням до них все більшої кількості користувачів.

Розпад тоталітарних ієрархічних вертикалей став ще одним процесом, який прискорив створення віртуальних соціальних мереж. Замість нав'язування безальтернативної інформації стало можливим отримувати її з різних джерел, а відповідно і орієнтуватися на різні зразки поведінки. Це стало відповіддю на потребу в самостійності, яка була закладена в тому числі реакцією на традиційні ЗМІ. Замість уніфікованих, односпрямованих, підкорених владі держави чи найбільших корпорацій засобів масової інформації з'являються нові, розраховані на різні, інколи протилежні, групи.

Розвиток віртуальної реальності став ще одним поштовхом створення Веб 2.0. Тут мова йде не лише про технологічне забезпечення. Криза метанаративу змушує людей шукати власний простір зі своїми правилами гри. Онтологічно віртуальна реальність якраз і є простором співіснування безлічі рівноправних світів, кожен із яких може мати власні характерні риси. Більше того – віртуальні соціальні мережі дозволяють не просто використовувати вже створений кимось конструкт, а витворювати власний, оточуючи себе «захисним колом» доброзичливого довілля.

За джерелом походження можна виділити зовнішні та внутрішні чинники розвитку віртуальних соціальних мереж. Ми пропонуємо називати їх відповідно екзомережевими та ектомережевими. Перша – це еволюція самого Інтернету, історія його розвитку від зародження до сучасного стану. Друга – це ті процеси у суспільстві, які вплинули на становлення саме такого типу взаємодії людей у віртуальності.

За учасниками віртуальних соціальних мереж можна виділити індивідуальні, групові та державні чинники. Індивідуальні – це потреба у спілкуванні, творчості, самореалізації тощо. Групові – це передовсім потреби громадянського суспільства, а також бізнесові. Нарешті, державні – це втручання в діяльність мереж бюрократичного апарату та правоохоронних органів, які також впливають на становлення Веб 2.0.

Отже, можна констатувати, що поява та розвиток віртуальних соціальних мереж були детерміновані усією повнотою процесів, що відбувалися та відбуваються у суспільстві. Жодна з причин не може претендувати на провідну, вони діяли в комплексі. Ми можемо запропонувати класифікацію відповідно до різних критеріїв. Так, за сферою суспільного життя ми можемо виділити технологічні, соціально-побутові, інформаційно-когнітивні, особистісні, бізнесові, громадсько-політичні та філософсько-культурні чинники. За процесуальним критерієм ми виділяємо як найголовніші чинники формування мережевого суспільства, розпад тоталітарних ієрархічних вертикалей, розвиток віртуальної реальності. За джерелом походження фактори ми поділили на ентомережеві та екзомережеві. За кількістю учасників можна виділити особистісні, групові та державні чинники розвитку.

Звичайно, класифікувати чинники можна за різними критеріями. Ми сподіваємося, що подальші дослідження зможуть поглибити та уточнити можливі варіанти класифікації причин появи віртуальних соціальних мереж, доповнити перелік чинників тими, що залишилися поза полем зору дослідника, та систематизувати наявні джерела, які не були охоплені.

Проаналізувавши фактори, які вплинули на появу віртуальних соціальних мереж, ми можемо з деякою долею вірогідності припустити, яким чином вони будуть розвиватися далі. Скоріш за все, названі чин-

ники продовжувать діяти і надалі, значить, можна виокремити ті сфери, в яких віртуальні соціальні мережі найбільше впливають на суспільство, та спрогнозувати наслідки цього впливу.

Література

1. Українці увійшли у п'ятірку найактивніших користувачів соціальних мереж [Електронний ресурс] // NEWSru.ua // Україна // Субота, 4 червня 2011 р. Режим доступу: <http://www.newsru.ua/ukraine/04jun2011/lidery.html> (25.03.2013). – Назва з екрану.

2. *Коротков А. В.* Послесловие к Матрице: виртуальные миры или искусственная жизнь [Текст] / Коротков А.В. – М. : Альпина бизнес букс, 2005. – 308 с.

3. Если бы автомобили развивались как компьютеры... [Текст] // Наука и жизнь, 1999. – № 11. – С 107.

4. *Гудман М.* и др. Действие закона Мура в мире технологий [Электронный ресурс] / Марк Гудман, Параг Ханна // The National Interest [перевод inoСМИ.ru]. Режим доступа: <http://www.inosmi.ru/world/20130111/204491841.html> (25.03.2013). – Загл. с экрана.

5. *Тоффлер Элвин.* Третья волна [Текст] / Тоффлер Элвин. – М. : АСТ, 1999. – 784 с.

6. *Гадамер Х.Г.* Истина и метод [Текст] / Гадамер Х.Г. – М. : Прогресс, 1988. – 704 с.

7. *Канке В. А.* Основные философские направления и концепции науки. Итоги XX столетия [Текст] / В. А. Канке. – М. : Логос, 2009. – 320 с.

8. *Кастельс Мануэль.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура [Текст] / Мануэль Кастельс. – Издательство ГУ ВШЭ, Москва. – 608 с.

Пивоварская К.С.

ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ ВИРТУАЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Статья посвящена исследованию факторов, повлиявших на возникновение и становление виртуальных социальных сетей. Обосновывается необходимость их изучения для возможного прогнозирования и влияния на их дальнейшее развитие. Предлагается несколько вариантов их классификаций, которые могут послужить основой для дальнейших исследований.

Ключевые слова: виртуальные социальные сети, факторы развития, постиндустриальная цивилизация, виртуальная реальность, сетевое общество.

Pivovarska K.S.

FACTORS OF THE FORMATION OF VIRTUAL SOCIAL NETWORKS

To research the factors that contributed to the occurrence and development of virtual social networks. The necessity to study them for possible prediction and the impact on their further development. A few variants of classifications that can serve as a basis for further research.

Keywords: virtual social network, factors of development, post-industrial civilization, virtual reality, networked society.

Надійшла до редакції 28.05.2013 р.