

Вмешательство во внутренние дела Таджикистана считали своей целью и задачей.

К счастью Таджикистан смог найти необходимые пути и способы выхода из противостояния, объединил страну и стал развивать независимость. С начала независимости и подписания общего соглашения о мире и согласии, Таджикистан развивался непрерывно.

Катрич Ольга Ярославівна,

Магістр факультету психології, політології та соціології
Національний університет «Одеська юридична академія»

Науковий керівник – к. соціол. н., доц. М.А. Яценко
Національний університет «Одеська юридична академія»

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ, ЯК КОМУНІКАТИВНИЙ ПРОСТІР

Мережеві комунікації стають універсальним способом структурування соціального простору. Суть мережі полягає у здатності вибудовування гнучкої і одночасної взаємодії безлічі вузлів зв'язку. У соціальній мережі функції вузлів виконують індивіди, які є соціальними акторами. Відповідно, соціальна мережа як окремий вид мережі – це система пов'язаних між собою каналами зв'язку акторів. Таким чином, мережа являє собою систему, котра складається з рівноправних вузлів, пов'язаних один з іншим горизонтальними зв'язками; необхідною умовою існування мережі є розподілений тип зв'язку між вузлами, тобто кожен вузол у конкретний момент часу пов'язаний з будь-яким вузлом системи.

Всесвітня мережа надає найширші технічні можливості для спілкування, в ній порівняно легко знайти людей зі схожими інтересами та поглядами на світ. Ці чинники зумовили появу і розвиток великої кількості спільнот в

Інтернеті, таких як Вікіпедія, веб-форуми, чати, мережеві ігри і т.д. У подібних спільнотах змінюється образ мислення, формується власна мережева культура.

Соціальна мережа, що володіє конструктивним потенціалом в динаміці масових інформаційних потоків і функціями, наприклад, як накопичення та реалізація соціального-капіталу, безумовно, має аксіологічний статус у сучасному суспільстві. Основна цінність соціальної мережі полягає у тому, що вона в сучасних умовах виступає не просто засобом комунікації, а виявляє себе як механізм конструювання соціального середовища в сучасному суспільстві. На це вказують спеціальні дослідження.

Так, аналізуючи процес виникнення та розвитку соціальних мереж та ті функції, які вони виконують у сучасному світі, науковці дійшли висновку, що поширення і використання соціальних Інтернет-мереж має певні соціальні наслідки, зокрема:

1. зрощування, переплетіння реального та віртуального соціального життя;
2. Інтернет-залежність (як соціально-психологічне явище та як феномен масової культури);
3. поява нових видів девіантної поведінки у формі, наприклад, різних виявлень хакерства;
4. «глобалізація» життєвого простору людини (створення груп, які реально включають людей, що фізично проживають та перебувають у різних країнах);
5. фрагментація суспільства, створення великої кількості віртуальних груп за інтересами;
6. поява нових технологій у політичному житті, сфері дозвілля тощо;
7. формування кіберкультури (Інтернет-культури) як нового напрямку розвитку суспільства, безпосередньо пов'язаного з появою, розвитком і проникненням у соціальне і культурне життя досягнень інформаційних технологій.

Багатофункціональність мережевої комунікації полягає не тільки в наявності великого числа функцій, які постійно нарощуються, а у тому, що багато з них можуть реалізовуватися одночасно. Актор соціальної мережі має сукупність мотивів і потреб, які визначають, в свою чергу, її функції, а вся привабливість мережі полягає саме у тому, щоб наявні потреби відразу ж задовольнялися. Цим визначається нелінійність мережевої комунікації: підключення до спілкування багатьох учасників одночасно супроводжується одночасним використанням різних комунікаційних засобів, а також різних способів зворотнього зв'язку.

Однією з характерних рис соціальної мережі, на яку ми хотіли б звернути увагу, є соціабельність, котру можна визначити як почуття легкості та невимушеності в соціальних взаєминах особистості, засноване на володінні ефективними навичками соціальної взаємодії. В основі соціабельності лежить феномен довіри. Саме довіра є найбільш значущим чинником створення соціальних мереж, особливо, якщо мова йде про соціальні мережі з щільною структурою, що припускають високий рівень надійності. Мережа не є групою незв'язаних людей, на відміну від ієрархічних відносин у ній начальників і підлеглих.

Соціабельність дозволяє користувачу підтримувати певне число контактів, а кількість таких контактів показує їх оптимальне використання - обмін інформацією та ресурсами, кооперацію (при позитивній сумісності) або конфронтацію (при негативній). Прикладами соціальних мереж, які володіють значним обсягом соціального капіталу, значить, і високим ступенем довірчих відносин, є неформальні дружні корпорації представників ділового співтовариства; коло хороших знайомих і близьких друзів серед політиків, що підтримують неформальні відносини; клуби та асоціації, що об'єднують людей за принципом земляцтва, спільного навчання чи служби.

В останній час Інтернет перетворився на публічний ресурс глобального масштабу і управління його використанням повинне стати одним з основних питань порядку денного інформаційного суспільства. У зв'язку з цим, розгляд

проблеми управління комунікативними потоками у віртуальному просторі обумовлено, по-перше, тим, що, забезпечуючи доступ до величезних інформаційних ресурсів, полегшуючи спілкування і дозволяючи використовувати мультимедійні засоби, Інтернет водночас активізує процеси гіперіндивідуалізації особистості.

Основним завданням управління в соціальній мережі, на мою думку, є вплив на агентів соціальної мережі з метою формування необхідних їх думок. Тому, щодо управління комунікаційними процесами в соціальних мережах виникає дві версії: управління як самоорганізація і керування адміністративного характеру. У даному випадку правомірно вести мову про ключову роль лідерів у встановленні і моделюванні соціальних норм в рамках мережевої комунікації. Лідери спільноти, володіючи високим соціальним статусом, стають «обличчям» ком'юніті (спільноти), відповідно, сам факт спілкування з ними може сприйматися як свідчення приналежності до віртуального колективу. Лідер може регулювати комунікативні процеси в мережі, якщо володіє високим рівнем інтелектуального капіталу, передуми у сфері, яка є профілюючою для даного типу спільноти. Надання допомоги іншим учасникам, включаючи здійснення процесу соціалізації нових учасників, також є атрибутами соціабельності лідера. Змінюючи в позитивну сторону емоційний стан інших учасників спільноти, постійна турбота про збереження власної репутації та репутації мережі, профілактика процесів дезінтеграції спільноти, посилюють статусне положення лідера.

Таким чином, соціальна мережа дозволяє координувати дії акторів, використовуючи переваги неформальних каналів поширення інформації.

Стосунки у соціальних мережах характеризуються підвищеною експресією і емоційністю, тому проблема управління комунікаційними процесами складно вирішувана та прогнозована. Анонімність, велика кількість можливостей для самопрезентації, бажання «бути почутим» призводить до підвищення емоційно-експресивного фону Інтернеткомунікації. Емоційність комунікативного середовища Інтернет-простору призводить до біполярності

віртуальної комунікації, де двома полюсами спілкування є толерантність та агресія. Тому, механізми соціального контролю і регулювання, що впливають на динаміку інформаційних потоків, є основоположними у даному процесі. У числі цих механізмів: саморегуляція, використання законодавчих заходів, а також програмних (апаратних) артефактів. Завдяки комплексному застосуванню зазначених заходів соціального контролю досягається суспільна згода щодо прийнятності тих чи тих форм регулювання поведінки акторів, а виходить, виникають, умови стабільного функціонування соціальної структури віртуального мережевого співтовариства. Вироблені спільнотою соціальні норми найчастіше матеріалізуються у формі так званого мережевого етикету.

Мережевий етикет – (або «netiquette» від англ. network etiquette, або «нетікет», або рос. «сетикет»), так називаються правила, прийняті у мережі Інтернет або, якщо хочете, кіберпросторі.

Таким чином, у соціальній мережі в умовах управління комунікаційними процесами формуються мережеві цінності, що лежать в основі мережевого спілкування. Користувачі мають два види моральних зобов'язань: один вид, пов'язаний з внутрішньогруповою діяльністю, інший – з діяльністю поза групою. Рівень моральних зобов'язань всередині групи тим вищий, чим сильніше актор відчуває внутрішньогрупову ідентичність. Проблема, що виникає в соціальному управлінні – це раціональне співвідношення державного регулювання та внутрішньомережевого. Складність же її рішення викликана тим, що заходи соціального контролю повинні, з одного боку, носити жорсткий і однозначний характер, а з іншого - забезпечувати акторам певну свободу дій, не перешкоджаючи процесам трансформації соціальної структури.

Список використаних джерел:

1. Брун О. Е. Развитие теории социальной сети // Вестник МГИМО - Университет, 2011. – № 1 (16).
2. Лещенко А. М. Социальные сети как механизм конструирования коммуникации в современном обществе: автореф. дис. на здобуття

наук.ступеня канд. філос. наук: спец. 09.00.11 «Социальная философия». –
Пятигорск: 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://www.disserscat.com/content/sotsialnye-seti-kak-mekhanizmkonstruirovaniya-kommunikatsii-v-sovremennom-obshchestve>.

3. Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. Перевод с англ. А. Матвеева. Под ред. В. Харитоновна. – Екатеринбург : УФактория, 2004.