**ХАРАКТЕРИСТИКА ПОНЯТИЯ «СОЦИАЛЬНАЯ СЕТЬ»:**

**СУЩНОСТЬ, СОДЕРЖАНИЕ, ОСОБЕННОСТИ.**

*Утегенова Зауре Нурахметовна, учитель английского языка*

*КГУ «Общеобразовательная школа села Кабанбай батыр*

*отдела образования по Целиноградскому району*

*Акмолинской области*", e – mail: [zaure0202@mail.ru](mailto:zaure0202@mail.ru)

В конце прошлого века принципиально изменился стиль жизни человека, появилась возможность налаживать те контакты, которые являются важными и ценными для каждого человека, в наибольшей степени отвечают его интересам. Теперь для того, чтобы взаимодействовать с представителями других культур, нам не обязательно даже выходить из дома.

В Интернет-среде формируется своя специфическая среда, которая изменяет характер взаимодействия между индивидами. Социальные сети практически не поддаются внешнему контролю, не имеют единого центра, а поэтому каждый в праве действовать в них так, как считает нужным. Поэтому в современном мире огромное количество контактов осуществляется через Интернет и благодаря социальным сетям люди с разных частей мира получили возможность общаться друг с другом. Таким образом, социальные сети становятся пространством формирования и закрепления различных культурных стереотипов.

Обращаясь к истории вопроса следует вспомнить, что русский писатель, философ и общественный деятель XIX века Владимир Одоевский, живший с 1804 по 1869 год, в своём незаконченном утопическом романе «4338-й год», написанном в 1835 году, предсказал появление современных блогов и Интернета в целом. В нём сказано, что «между знакомыми домами устроены магнетические телеграфы, посредством которых живущие на далёком расстоянии разговаривают друг с другом», а также о «домашних газетах», издающихся «во многих домах, особенно между теми, которые имеют большие знакомства»: этими газетами «заменяется обыкновенная переписка», в них «помещаются обыкновенно извещение о здоровье или болезни хозяев и другие домашние новости, потом разные мысли, замечания, небольшие изобретения, а также и приглашения, когда же бывает зов на обед, то и le menu» [1].

Также предтечей социальных сетей стала электронная доска объявлений, первую из них, под названием CBBS, создал сотрудник IBM У. Кристенсен (англ.) рус. в 1978 году. Уже в 1983 году в мире насчитывалось 800 электронных досок, а в 1988 — 5000 [2].

Как видим популярность в Интернете социальные сети начали завоёвывать в 1995 году, с появлением американского портала Classmates.com. Проект оказался весьма успешным, так как в следующие несколько лет это спровоцировало появление не одного десятка аналогичных сервисов. Но официальным началом бума социальных сетей принято считать 2003—2004 года, когда в США были запущены LinkedIn, MySpace и Facebook [3].

В русскоязычном же сегменте интернета социальные сети в виде Одноклассников и ВКонтакте стали набирать популярность с 2006 года (русская версия сайта Facebook появилась только в 2008 году). Таким образом, социальная сеть стала структурой, которая отражала отношения индивидов и связи между ними через разнообразные социальные взаимоотношения.

Термин «социальная сеть» в контексте информационной среды впервые использовал в 1954 году социолог Джеймс Барнс в работе «Классы и собрания в норвежском островном приходе». Сегодня под этим термином чаще всего понимают *виртуальную* платформу, Интернет-сайт, веб-сервис, портал в Интернете, цель которого – объединить как можно большее количество людей, предоставив им максимум возможностей для коммуникации между собой [4].

Уточним сущность данного понятия. Итак, социальная сеть (англ. social network) с одной стороны, – это *социальная структура*, состоящая из группы узлов, которыми являются социальные объекты (люди или организации), и связей между ними (социальных взаимоотношений) [5].

С другой стороны, социа́льная сеть (сокр. соцсеть, SNS от social networking service) — *онлайн-платформа*, которая используется для общения, знакомств, создания социальных отношений между людьми, которые имеют схожие интересы или офлайн-связи, а также для развлечения (музыка, фильмы) и работы. То есть она состоит из онлайн- сервиса или веб-сайта, предназначенных для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений. К слову сказать, под таким же названием «Социальная сеть» Дэвидом Финчером, создан художественный фильм, посвященный созданию самой популярной в мире социальной сети Facebook [6].

Помимо перечисленных социальных сетей имеются следующие типы ресурсов в формате Веб 2.0:

*Социальные закладки* (англ. social bookmarking). Некоторые веб-сайты позволяют пользователям предоставлять в распоряжение других список закладок или популярных веб-сайтов. Такие сайты также могут использоваться для поиска пользователей с общими интересами. Пример: Delicious, Pinterest.

*Социальные каталоги* (англ. social cataloging) напоминают социальные закладки, но ориентированы на использование в академической сфере, позволяя пользователям работать с базами данных цитат из научных статей. Примеры: Academic Search Premier, LexisNexis, Academic University, CiteULike, Connotea.

*Социальные библиотеки* представляют собой сервисы и инструменты, позволяющие посетителям оставлять ссылки на их коллекции, книги, документы, аудиозаписи и т. п., доступные другим. Предусмотрена поддержка системы рекомендаций, рейтингов и т. п. Примеры: discogs.com, IMDb.com.

*Социальные медиахранилища* — сервисы для совместного хранения медиафайлов. Их можно классифицировать по типу файлов, размещаемых на этих серверах*.*

*Специализированные социальные сети, которые о*бъединяют людей по определённым критериям (например, возраст, пол, вероисповедание, определённые увлечения и т. д.).

*Профессиональные социальные сети*, создаваемые для общения на профессиональные темы, обмена опытом и информацией, поиска и предложения вакансий, развития деловых связей. Примеры: LinkedIn, Мой Круг, Профессионалы.ru.

*Корпоративные социальные сети* решают задачи организации и сопровождения деятельности компании [7].

Таким образом, развитие электронных сервисов и цифровых площадок, совершенствование мультимедийных программ, происходит *постоянно*. Интернет как современное средство массовой коммуникации формирует из пассивного слушателя активного соучастника. Современный человек не просто стремится узнавать о событиях, он стремится их создавать.

Как известно, социальные сети существовали всегда, однако последние технические разработки в сфере коммуникации сделали их *доминирующей формой социальной организации.* Мы стали свидетелями прихода новой, информационной эры, для которой характерной является самостоятельность культуры по отношению к материальной основе нашего существования.

Вследствие изменения социокультурной ситуации и расширения сферы влияния виртуальных сообществ их первоначальные связи с контркультурой становятся заметно слабее. Социальные сети становятся источниками самых разнообразных ценностей и интересов. Они функционируют, основываясь на двух принципах: свободной *коммуникации* и *организации* сети.

Согласно первому принципу, общему для всех пользователей социальных сетей, фундаментальной ценностью является свобода слова и выражения мнения.

Следующий принцип провозглашает возможность каждого *найти собственное место в сет*и. В Интернете вы будете тем, кем себя называете, поскольку именно на основе этого ожидания со временем формируется сеть социального взаимодействия.

Таким образом, общение людей сегодня является организованным через программу сетевых процессов. Основной характеристикой которых является многоканальность. Если один из элементов выпадает из процесса коммуникации, она находит альтернативные пути передачи информации [8].

Социальные сети, представляя собой пространство виртуальной коммуникации и являясь механизмом сетевой трансляции информации имеет характерные *особенности.*  Коммуникации в социальных сетях могут осуществляться несколькими способами: при помощи *личных сообщений, комментариев, общение в группах и записей на «стене»,* а также косвенным, пассивным путем: в виде *распространений и «лайков».*

Характерной для общения в социальных сетях является значительная *визуализация* текста, то есть использование разнообразных «смайликов», картинок и «гифок», которые отражают эмоции или отношение человека, частично или полностью заменяющие текст. Используется также употребление акронимов – сокращенных фраз или слов, образованных путем упущения гласных или аббревиатур. Это все объясняется тем, что главным в общении – донести свою мысль, передать эмоции. Традиционные правила грамматики и нормы общения отходят на второй план [9].

Важным способом общения в социальных сетях является *обмен ссылками*. Вместо того, чтобы рассказывать что-то своему оппоненту достаточным становится просто отправить ему ссылки на тот сайт или пост в социальной сети, где об этом говорится.

Особенностями социальных сетей является то, что *информационное наполнение неструктурировано*, дискуссии возникают спонтанно. Продолжительность хранения информации является неопределенной, поскольку ее носитель или модератор группы может удалить ее в любой момент.

Общение в социальных сетях вызывает *изменение восприятия времени* и пространства. Если раньше основой человеческого общества была привязанность человека к конкретному месту работы и среды обитания, то сегодня, в силу новых коммуникативных возможностей, связь с локальной средой заметно ослабевает. Географически удаленные друг от друга регионы могут быть в плане поведения значительно ближе друг к другу, чем соседние. Так как люди стремятся реализовать, прежде всего, личные потребности, они имеют возможность строить группы, согласно собственных интересов и цели, без учета определенных географических границ [10].

Таким образом, структура социальных сетей соответствует структуре и запросам современного общества, которое является децентрализованным. В виртуальном мире центр есть везде, тогда как окраина вообще отсутствует. Как отмечает М. Кастельс: «С появлением спутника, планета стала глобальным театром, в котором нет зрителей, а есть только актеры. На космическом корабле «Земля» нет пассажиров, здесь каждый является членом экипажа» [11, с. 28].

Публичность становится интерактивной, люди перестают быть просто пассивными слушателями, собственно поэтому принцип социальных сетей сегодня является как никогда актуальным.

Люди сегодня больше занимаются производством, чем потреблением, особенно это касается информации, они стремятся создавать события, чем быть их свидетелями. В основе социальной сети лежит *коммуникация индивидов*. В общении в социальных сетях реализуются несколько видов коммуникации:

- межличностная;

- межгрупповая;

-межсоциумная;

-коммуникация между собой и группой;

-между группой и обществом;

-между личностью и обществом [10, 132].

В коммуникативной ситуации сетевого общения существуют такие формы речи: *монолог, диалог и полилог*, в условиях общения в Интернет-среде приобретают новые специфические признаки. Монологическую речь в условиях общения в социальных сетях приобретает направленности на диалог.

Сочиняя сообщения, статусы или посты человек осознает, что они будут прочитаны другими, а потому использует различные риторические вопросы, обращения к потенциальным собеседникам. Такие сообщения, а также сообщения с цитатами или ссылками является подвидом монологического вещания, однако направлены на стремление поделиться информацией, а, следовательно, имеют потенцию к превращению в диалог или полилог. Аллюзией на невербальное общение в социальных сетях могут выступать «лайки» и «распространение», а также замена вербальных сообщений картинками или «гифками». В полилогическом общении все участники являются равноправными, каждый имеет право высказать свое мнение и быть услышанным.

Для понимания алгоритмов работы цифровых сервисов и наработки навыков эффективного общения и взаимодействия с другими участниками коммуникационного процесса требуются знания, которые позволят сократить время для изучения поистине неограниченных возможностей цифровых технологий и стать эффективным участником мирового коммуникационного пространства

Литература

1 В Одоевсктй об Интернете.- Архивная копия от 22 декабря 2015 на Wayback Machine — Лента.ru, 3.10.2005

2. [Management Review of EPA Bulletin Board Systems](https://nepis.epa.gov/Exe/ZyPURL.cgi?Dockey=9101P96W.TXT) [Архивная копия](https://web.archive.org/web/20201124160531/https:/nepis.epa.gov/Exe/ZyPURL.cgi?Dockey=9101P96W.TXT) от 24 ноября 2020 на [Wayback Machine](https://ru.wikipedia.org/wiki/Wayback_Machine). [EPA](https://ru.wikipedia.org/wiki/EPA), 1990. (англ.) С. 8.

3. Catherine D. Marcum. [History of Social Networking](https://books.google.com/books?id=1Jl_AwAAQBAJ&pg=PA4) [Архивная копия](https://web.archive.org/web/20210726152022/https:/books.google.com/books?id=1Jl_AwAAQBAJ&pg=PA4) от 26 июля 2021 на [Wayback Machine](https://ru.wikipedia.org/wiki/Wayback_Machine) // Social Networking as a Criminal Enterprise. CRC Press, 2014. (англ.) С. 4.

4. Васильев И. Ю. Социальные сети как исторический источник // Исторический формат. 2016. № 4. С 200—203.

5. Теория социальных сетей [Электронный ресурс]: учебник – Эл. изд. - Электрон. текстовые дан. (1 файл pdf:116 с.). - Чвякин В.А., Чертков А.С. 2023. – Режим доступа: <http://scipro.ru/conf/socialnetworks_23.pdf>

6. Виноградова Т.Ю. Специфика общения в интернете / Т.Ю. Виноградова // Русская и сопоставительная филология: лингвокультурологический аспект. – Казань, 2009. – С. 63-67.

7. Горошко Е.И. Современная интернет-коммуникация: структура и основные параметры//Интернет-коммуникация как новая речевая формация: коллективная монография/Наука, 2012. - 328 с.

8. Докука С.В. Практика использования онлайновых сетей //Социологические исследования. -2014, № 1. - С. 137-145

9. Кураева С.А. К методологии исследования социальных сетей//Научные труды Московского гуманитарного университета. - 2017. - № 5.

10. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни / пер. с англ. и вступ. статья А.Д. Ковалева. М.: Канон-Пресс-Ц, Кучково поле, 2010 - 304 с.

11. Кастельс М . Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе

и обществе (англ.) русск. / М. Кастельс // Пер. с англ. А. Матвеева под ред. В. Харитонова. - Екатеринбург: У-Фактория, 2004. - 328 с.

·